

**CABARAN INDUSTRI FILEM MELAYU, PANDANGAN  
PENGGIAT INDUSTRI DAN PENONTON**

**HIZRAL TAZZIF HISHAM**

**JABATAN PENGAJIAN MEDIA  
FAKULTI SASTERA DAN SAINS SOSIAL  
UNIVERSITI MALAYA  
KUALA LUMPUR**

**2015**

**CABARAN INDUSTRI FILEM MELAYU, PANDANGAN  
PENGGIAT INDUSTRI DAN PENONTON**

**HIZRAL TAZZIF HISHAM**

**TESIS DISERAHKAN SEBAGAI MEMENUHI  
KEPERLUAN BAGI IJAZAH DOKTOR FALSAFAH  
FAKULTI SASTERA DAN SAINS SOSIAL**

**JABATAN PENGAJIAN MEDIA  
FAKULTI SASTERA DAN SAINS SOSIAL  
UNIVERSITI MALAYA  
KUALA LUMPUR**

**2015**

**UNIVERSITI MALAYA**  
**PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN**

Nama: **HIZRAL TAZZIF HISHAM**  
No. Pendaftaran/Matrik: **AHA050028**  
Nama Ijazah: **DOKTOR FALSAFAH**

No. K.P/ IC: **690208-015641**

Tajuk Kertas Projek/ Laporan Penyelidikan/ Disertasi/ Tesis (“Hasil Kerja Ini”):

**CABARAN INDUSTRI FILEM MELAYU, PANDANGAN PENGGIAT  
INDUSTRI DAN PENONTON**

Bidang Penyelidikan:

Saya dengan sesungguhnya dan sebenarnya mengaku bahawa:

- (1) Saya adalah satu-satunya pengarang/ penulis Hasil Kerja ini;
- (2) Hasil Kerja ini adalah asli;
- (3) Apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hakcipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hakcipta telah dinyatakan dengan sejelasnya dan secukupnya dan satu pengiktirafan tajuk hasil kerja tersebut dan pengarang/ penulisnya telah dilakukan dalam Hasil Kerja ini;
- (4) Saya tidak mempunyai apa-apa pengetahuan sebenar atau patut semunasabahnya tahu bahawa penghasilan Hasil Kerja ini melanggar suatu hakcipta hasil kerja yang lain;
- (5) Saya dengan ini menyerahkan kesemua dan tiap-tiap hak yang terkandung dalam hakcipta Hasil Kerja ini kepada Universiti Malaya (“UM”) yang seterusnya mula dari sekarang adalah tuan punya kepada hakcipta dalam Hasil Kerja ini dan apa-apa pengeluaran semula atau penggunaan dalam apa jua bentuk atau dengan apa juga cara sekalipun adalah dilarang tanpa terlebih dahulu mendapat kebenaran bertulis dari UM;
- (6) Saya sedar sepenuhnya sekiranya dalam masa penghasilan Hasil Kerja ini saya telah melanggar suatu hakcipta hasil kerja yang lain sama ada dengan niat atau sebaliknya, saya boleh dikenakan tindakan undang-undang atau apa-apa tindakan lain sebagaimana yang diputuskan oleh UM.

Tandatangan Calon

Tarikh:

Diperbuat dan sesungguhnya diakui di hadapan,

Tandatangan Saksi

Tarikh:

Nama :  
Jawatan :

## ABSTRAK

Kajian ini membentangkan cabaran yang dihadapi industri tempatan dan menyediakan kerangka bagi membina model ekosistem untuk mewujudkan industri filem yang berdaya maju dan berdaya saing. Kelemahan ini menyebabkan kemasukan filem luar dalam pasaran dan pada masa yang sama menggugat perkembangan industri filem tempatan sebagai industri produk budaya berasaskan nilai tradisi dan budaya tempatan digugat populariti filem asing. Walaupun menerima dana kerajaan dan Dasar Filem Negara yang dapat membantu membangunkan industri filem tempatan dan menjadikan Malaysia sebagai lokasi penggambaran tetapi kelemahan industri filem tempatan tetap ada. Antaranya, mutu skrip, tenaga kerja, tayangan dan pertindihan bidang tugas agensi kerajaan. Selain itu, industri filem tempatan juga menghadapi masalah kemasukan filem luar (lebih 300 tajuk setahun), pembahagian keuntungan antara pihak pangsang dan penerbit filem, penguasaan filem luar dan penonton. Metodologi kajian menggunakan kaedah bercampur (mixed method) iaitu kualitatif dan kuantitatif. Data primer kualitatif menggunakan pendekatan kaedah temu bual secara mendalam dan terbuka dengan 11 pengamal industri yang mempunyai pengetahuan mendalam mengenai subjek yang dikaji manakala data sekunder diperoleh daripada data dan dokumen Internet, laman web rasmi Perbadanan Pembangunan Filem Nasional (FINAS), akhbar, laporan mesyuarat, surat, siaran akhbar dan kertas cadangan kementerian serta hansard Parlimen. Data kuantitatif menggunakan kaedah 'convenient sampling' kerana pengurusan responden yang baik untuk tayangan filem terlaris dan filem Melayu. Soal selidik dilakukan di tiga Cineplex iaitu di IOI (Puchong), Alamanda (Putrajaya) dan The Curve (Damansara). Sebanyak 300 set soalan tinjauan diedarkan di tiga lokasi berkenaan namun hanya 160 responden menjawab dan penyelidik menggunakan 146 set soalan untuk dianalisis (14 set ditolak kerana jawapan tidak lengkap). Kesimpulan daripada kajian yang dijalankan mendapati kemasukan filem luar menggugat industri filem tempatan, dasar yang disediakan kerajaan banyak membantu, berlakunya proses globalisasi dan hybrid antara nilai tempatan dan Barat serta penonton memilih jalan cerita untuk menonton tetapi pada masa yang sama ingin melihat budaya tempatan diketengahkan dalam filem berkenaan.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to compile challenges facing local film industry and come out with a model for the industry to become viable and vibrant. The weaknesses of local film industry allowed the influx of foreign films and it threaten the progress of local cultural industry based on local culture. The formulation of National Film Policy (NFP) try to stimulate local film industry and Malaysia as a hub for foreign film production to do shooting, although it has shown certain development in helping local film industry but problems of local film industry still occurred. For examples, weak script, production crew, exhibition and overlapping of power between government agencies. Local film industry also facing problems with foreign films (more than 300 titles imported), unjust revenue distribution between exhibitor and local film companies, audiences and popularity foreign films. For this research, the mixed method was used. It is combination of qualitative and quantitative approach. For prime qualitative data, in-depth interview among resource persons was used and the researcher interviewed 11 resource persons who are involved in local film industry and secondary data, the researcher managed to get from official document such as Parliament hansard, National Film Development Corp (FINAS) web site, newspaper, proposal paper and meeting report. For quantitative approach, the researcher used convenient sampling because it managed well the respondents for blockbuster films and local films. The survey was held at three Cineplex in places, namely IOI (Puchong), Alamanada (Putrajaya) dan The Curve (Damansara). A total of 300 questionnaire sets were distributed evenly at the three places. From 300 questionnaire sets distributed only 160 were returned back to the researcher and for analysis purpose the researcher had to minus 14 sets because incomplete. The conclusions of the research are the influx of foreign films is a threat to local film industry, the policy formulated by the government is helping the industry, globalization and hybrid processed are happening among local audiences and local audiences choose a good story line as a motivation to watch local movie but they are still preferred local cultural proximity to watch in local films.

## **PENGHARGAAN**

Syukur kehadiran Illahi kerana dengan limpah kurniaNya akhirnya tesis ini dapat disiapkan.

Sekalung penghargaan kepada ibu saya Hajah Ramlah Kasim dan arwah bapa saya Haji Hisham Abdul Rahman kerana memberikan inspirasi kepada saya untuk terus menuntut ilmu.

Terima kasih juga kepada guru saya Profesor Dr. Azizah Hamzah yang sanggup menerima saya sebagai anak muridnya sepanjang penyelidikan dan penulisan tesis ini. Terima kasih juga kerana ilmu yang dicurahkan kepada saya.

Terima kasih kepada Dr Amira kerana sudi menyelia dan memberikan bersama panduan dan komen yang membina bagi menyiapkan tesis ini.

Kepada Dr. Siti bantuan yang diberikan kepada saya terutama menyunting karya ini amat-amat dihargai

Kepada isteri saya, Hazlifa Ariffin yang setia menemani saya sepanjang tesis ini dihasilkan, terima kasih kerana kesabaran dan doa.

Kepada anak saya Muhammad Hisham Ariffin terima kasih kerana balik setiap minggu bagi membantu menyiapkan tesis ini.

Untuk Ibah, Hilman, Aina, Umar dan Tareeq Ziyad, tesis ini di dedikasikan untuk kamu semua.

Kojak dan Suhaila Said bantuan yang diberikan terutama pada peringkat awal penyediaan tesis ini jasa baik anda akan diingati.

## SENARAI KANDUNGAN

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PENGHARGAAN	v
SENARAI KANDUNGAN	vi
SENARAI RAJAH	x
SENARAI JADUAL	xi
SENARAI SINGKATAN	xii
SENARAI LAMPIRAN	xii

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar Belakang Penyelidikan	2
	1.2.1 Landskap Industri Filem Antarabangsa	4
	1.2.2 Landskap Industri Filem Malaysia	7
	1.2.3 Penonton Filem Malaysia	11
1.3	Permasalahan Kajian	12
1.4	Persoalan Penyelidikan	16
1.5	Objektif Kajian	17
1.6	Signifikan Kajian	17
1.7	Skop Kajian	18
1.8	Kaedah Penyelidikan	18
1.9	Pembahagian Bab	21

### **BAB 2 KERANGKA TEORI DAN SOROTAN SUSASTERA**

2.1	Pengenalan	21
2.2	Pengaliran Kontra	21
	2.2.1 Teori Kedekatan Budaya	28
2.3	Sorotan Susastera	33
2.4	Dua Model Negara Contoh Dalam Industri Perfileman	38
	2.4.1 Singapura	38
	2.4.2 Korea Selatan	46
2.5	Model Kerangka Konsep Kajian	50
2.5	Kesimpulan	54

### **BAB 3 PERKEMBANGAN INDUSTRI FILEM TEMPATAN**

3.1	Pendahuluan	56
3.2	Sejarah Industri Filem Tempatan	56
3.2.1	Kemerosotan Industri Filem	60
3.2.2	Pemulihan Industri Filem Tempatan	61
3.2.3	Sejarah Filem Animasi di Malaysia	67
3.3	Industri Kreatif Tempatan	68
3.4	Dasar Industri Kreatif Negara	73
3.5	Status Industri Film Tempatan	78
3.5.1	Penerbitan Filem Dan Konsep 1 Malaysia	81
3.5.2	Masalah Industri Filem Tempatan	82
3.6	Masa Depan Industri Filem Malaysia	87
3.7	Kesimpulan	97

### **BAB 4 FILEM SEBAGAI INDUSTRI PRODUK BUDAYA GLOBAL**

4.1	Pengenalan	99
4.2	Pengglobalan Syarikat Media Antarabangsa	99
4.3	Industri Filem Hollywood	106
4.4	Peranan dan Fungsi Motion Picture Association of America	108
4.5	Pengkomoditian Produk budaya	109
4.6	Industri Budaya	111
4.6.1	Model Industri Produk Budaya	113
4.6.2	Tinjauan Polisi Kreatif di Beberapa Negara	118
4.7	Kesimpulan	123

### **BAB LIMA METODOLOGI**

5.1	Pengenalan	124
5.2	Penyelidikan Kaedah Campuran	124
5.2.1	Interviu/Temu Bual	126
5.2.2	Perbincangan Kumpulan Fokus	126
5.2.3	Tinjauan Soal Selidik	127
5.3	Pensampelan	128
5.4	Kaedah Triangulasi	129
5.5	Pengumpulan Data	131
5.5.1	Proses Pengumpulan Data Kualitatif	131



5.5.2	Pengumpulan Data Kualitatif	135
5.6	Ujian Kebolehpercayaan Tinjauan Soal Selidik	136
5.7	Kesimpulan	136

## **BAB 6 ANALISIS DATA DAN PERBINCANGAN**

6.1	Pengenalan	137
6.2	Dapatan Temu Bual	137
6.2.1	Pola Terkini Penerbitan Filem Tempatan	139
6.2.1.1	Kos	141
6.2.1.2	Skrip	147
6.2.1.3	Tayangan	154
6.2.1.4	Bilangan Penonton	158
6.2.1.5	Harga Tiket	162
6.2.1.6	Tayangan Filem Import	164
6.2.1.7	Pemasaran Filem Tempatan ke Luar Negara	171
6.2.2	Polisi Dalam Industri Tempatan	176
6.2.2.1	Pertindihan Bidang Tugas	185
6.2.2.2	Definisi Filem Tempatan Diubah	195
6.2.2.3	Penerbitan Filem Patriotik	198
6.2.2.4	Sumber Manusia	200
6.2.2.5	Pusat Penggambaran Filem Asing	204
6.2.3	Penerimaan Nilai Barat Dalam Kalangan Penonton Tempatan	205
6.2.4	Kedekatan Budaya Dan Pola Pemulihan Tontonan	217
6.3	Dapatan Soal Selidik Kuantitatif	233
6.3.1	Profil Responden	233
6.3.2	Pola Tontonan	234
6.3.3	Penyebaran Nilai Barat Dan Penerimaannya Oleh Penonton	245
6.3.4	Faktor Kedekatan Budaya Dalam Tontonan Filem	250
6.5	Kesimpulan	255

## **BAB 7 KESIMPULAN**

7.1	Pengenalan	257
7.2	Perbincangan	257
7.2.1	Situasi Semasa Industri Filem Tempatan	258
7.2.2	Polisi Kerajaan Membangunkan Industri Filem Tempatan	266

7.2.3	Penerimaan Dan Penolakan Nilai Barat	268
7.2.4	Kedekatan Budaya Sebagai Faktor Utama Pemilihan Filem Tempatan	269
7.2.5	Masa Depan Industri Filem Tempatan	271
7.3	Cadangan Penyelidikan	275
<b>RUJUKAN</b>		<b>276</b>
<b>LAMPIRAN</b>		<b>288</b>

## SENARAI RAJAH

Rajah 2.1	Ringkasan enam model polisi industri produk budaya Menurut Throsby (2008)	22
Rajah 2.2	Model bagi menjelaskan pengaliran produk budaya yang di dominasi oleh Amerika Syarikat	50
Rajah 2.3	Model menerangkan perkembangan pengaliran produk budaya pelbagai hala	51
Rajah 3.1	Sumbangan industri filem dan televisyen kepada pekerjaan dan Keluaran Dalam Negara Kasar Malaysia, 2013	96
Rajah 6.1	Cabaran – cabaran industri filem tempatan	176
Rajah 6.2	Sebab utama menonton wayang	236
Rajah 6.3	Kekerapan menonton filem Hollywood	236
Rajah 6.4	Sebab menonton filem Hollywood	237
Rajah 6.5	Kekerapan tontonan filem tempatan	238
Rajah 6.6	Sebab menonton filem tempatan	238
Rajah 6.7	Perbelanjaan bulanan bagi menonton wayang	239
Rajah 6.8	Sumber filem yang ditonton	240
Rajah 6.9	Sebab tidak menonton di pawagam	241
Rajah 6.10	Genre filem Hollywood yang diminati	242
Rajah 6.11	Genre filem tempatan yang diminati	242
Rajah 6.12	Sebab filem Bollywood digemar	243
Rajah 6.13	Filem Hollywood meminggirkan filem tempatan	244
Rajah 6.14	Amerika Syarikat guna Hollywood sebar nilai Barat	246
Rajah 6.15	Nilai Individualisme dan Hedonisme	246
Rajah 6.16	Penapisan nilai Barat	247
Rajah 6.17	Nilai Barat menggantikan nilai tempatan	249
Rajah 6.18	Filem tempatan paparkan nilai kekeluargaan	250
Rajah 6.19	Persamaan budaya pilihan tontonan	251
Rajah 6.20	Filem tempatan mempunyai masa depan	253
Rajah 6.21	Filem tempatan perlukan pembaharuan	254
Rajah 6.22	Malaysia perlu menghasilkan lebih banyak filem animasi	254
Rajah 7.1	Model ekosistem industri filem Malaysia	261

## SENARAI JADUAL

Jadual 3.1	Tayangan Filem Cereka Tempatan 2010	66
Jadual 3.2	Perbelanjaan pelanggan global terhadap pasaran Kandungan 2002-2007	69
Jadual 3.3	Kedudukan 20 filem tempatan yang mencatat kutipan tertinggi	89
Jadual 3.4	Prestasi jualan filem tempatan pada pasaran filem antarabangsa	92
Jadual 4.1	Kedudukan kutipan filem terlaris di seluruh dunia	107
Jadual 4.2	Ringkasan enam model polisi industri produk budaya menurut Throsby (2008)	114
Jadual 5.1	Senarai pemain industri yang ditemu bual	132
Jadual 6.1	Pencerakinan Data Kualitatif Hasil Temu Bual Mendalam dengan Pemain Industri Filem Tempatan	138
Jadual 6.2	Kadar Upah Kru Mengikut Hari (RM/sehari)	145
Jadual 6.3	Kementerian dan badan berkanun yang terbabit dalam perundangan dan penguatkuasaan kandungan	186
Jadual 6.4	Korelasi antara tahap pendidikan dengan penerimaan nilai Barat dalam filem Hollywood	248
Jadual 6.5	Korelasi antara persamaan budaya dengan sebab pilihan menonton	252

## SENARAI LAMPIRAN

Lampiran A	Soalan – Soalan Untuk ‘In-Depth’ Interview	288
Lampiran B	Transkrip Kumpulan Fokus di Um, 11 Ogos, 2008	290
Lampiran C	Transkrip Temu Bual Pada 12/12/2007 Jam 12.45pm di The Dome, Bangsar Shopping Complex	340
Lampiran D	The Transcribe Of The Interview With Ahmad Puad Onah, Gm Grand Brilliance Sdn Bhd At His Office, Seri Pentas One Utama, March 6, 2008. Time: 10.30am. The Duration of The Interview: Two And Half Hours	346
Lampiran E	Temu Bual Pensyarah Fakulti Teknologi Kreatif Dan Artistik, Uitm, Prof Madya A Razak Mohaideen di Uitm Pada 1 Mac,2010	358
Lampiran F	Transkrip Temu Bual Bekas Timbalan Pengarah Penyelidikan Finas, Benjamin Hasbie Pada 22 Februari 2010 Di Finas	367
Lampiran G	Din Cj - Nama Sebenar Nordin Wahab	375
Lampiran H	Transkrip Temu Bual Dengan Pengurus Besar Tayangan Unggul Sdn Bhd, Gayatri Su-Lin Pillai Pada 15 Mac 2010	378
Lampiran I	Transkrip Temu Bual Kp Finas Muhammad Naguib Abdul Razak Pada 24 Ogos 2012	382
Lampiran J	Pandangan Industri Status Industri Filem Malaysia Sekarang	391
Lampiran K	Transkrip Pensyarah Fakulti Teknologi Kreatif Dan Artistik, Uitm, Prof Madya A Razak Mohaideen d Uitm Pada 11 Mei, 2012	401

## **SENARAI SINGKATAN**

(DFN)	Dasar Filem Negara
(DIKN)	Dasar Industri Kreatif Negara
(SWT)	Skim Wajib Tayang
(ETP)	Program Transformasi Ekonomi
(MPAA)	Motion Pictures Association of America
(M&A)	Penggabungan dan Pengambilalihan
(FINAS)	Perbadanan Pembangunan Industri Filem Nasional

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Pengenalan**

Tesis ini meninjau kedudukan dan perkembangan industri filem Malaysia, serta membincangkan cabaran yang dihadapi industri filem tempatan, terutama persaingan daripada filem Hollywood, dasar kerajaan untuk menyokong pertumbuhan industri filem serta sambutan khalayak terhadap filem tempatan.

Kajian yang dijalankan ingin melihat bagaimana industri filem tempatan dapat memanfaatkan perkembangan industri produk budaya dunia untuk menjana pendapatan kepada negara dan mewujudkan peluang pekerjaan. Ini berdasarkan kepada landskap industri filem dunia yang mana walaupun Hollywood masih menguasai industri filem dunia, namun sudah wujud negara pengeksport filem yang bukan Hollywood seperti Jepun, Korea Selatan, Hong Kong dan India (Bollywood) dari Asia; Mesir (Asia Barat); Nigeria (Afrika); Brazil dan Mexico. Pertumbuhan pesat pusat ini akibat polisi kerajaan yang membantu perkembangan industri filem tempatan dan geo-budaya kaum terabit.

Untuk membolehkan industri filem tempatan berdaya saing dan berdaya maju, industri berkenaan perlu di perkasa menerusi kewujudan ekosistem yang dapat menyokong perkembangannya. Kajian ini dilakukan bagi mengetahui pola terkini industri filem tanah air, termasuklah dari aspek polisi kerajaan serta statistik berkaitan industri perfileman Malaysia seperti penghasilan filem dihasilkan setahun serta pendapatan daripada kutipan filem dan tayangan. Di samping itu, perspektif khalayak juga ingin diketahui sama ada mereka masih meminati untuk menonton filem tempatan walaupun pada masa yang sama dibanjiri filem import.

## 1.2 Latar Belakang Penyelidikan

Hollywood mula menguasai industri perfileman antarabangsa selepas Perang Dunia Kedua dengan tayangan filem terbitan studio berkenaan di hampir 150 negara (Curtin, 2009; Thussu, 2006). Dominasinya sebagai pengeluar utama filem dunia dilihat “membunuh” industri filem di Eropah.

Bagi Lee dan Bae (2004) dominasi ini terjadi kerana beberapa faktor seperti pasaran tempatan yang besar (Amerika Syarikat), penggunaan bahasa Inggeris (pasaran global), industri filem tempatan terutama di negara sedang membangun dan negara miskin yang masih belum berdaya saing, dan kemajuan serta kecekapan sistem studio Hollywood menerbitkan filem antarabangsa. Filem terbitan Hollywood seperti *Lord of the Rings*, *Harry Potter*, *Matrix*, dan *Star Wars* bukan sahaja meraih berbilion dolar Amerika dari seluruh dunia, malah mendominasi dunia fantasi global.

Filem terbitan Hollywood sering mendapat sambutan hangat dari seluruh dunia. Menurut Katz dan Leibes (Thussu, 2006 dalam Lim dan Har, 2007) ini disebabkan lima faktor utama: tema dan corak cerita sejagat dan mudah difahami umum menyebabkan filemnya senang diterima fikiran; jalan ceritanya yang pelbagai dan fleksibel meningkatkan nilai penyaluran dan tolak ansur dalam konteks keluarga, filemnya mudah diperoleh di pasaran; pertumbuhan saluran televisyen di seluruh dunia dan pemasaran agresif konglomerat media Amerika Syarikat.

Sardar (2008) pula berpendapat Amerika Syarikat, sebagai sebuah empayar, menggunakan filem Hollywood untuk mempromosikan dirinya sebagai sebuah negara bangsa yang mengutamakan kebaikan manusia sejagat, lantas muncul sebagai adikuasa dunia yang menentang kezaliman. Menerusi filem perangnya, cerita yang dipaparkan lazimnya menggambarkan pasukan tentera Amerika Syarikat sebagai pihak yang menentang kezaliman diktator yang menekan rakyat dan merantai kebebasan mutlak manusia untuk memilih jalan hidup mereka, terutama nilai hidup Barat yang berasaskan



konsumerisme, demokrasi, persamaan gender, dan kelebihan serta kehebatan teknologi yang memungkinkannya memenangi semua perang untuk muncul sebagai adikuasa tunggal dunia. Bagi Neal Gabler (dalam Sardar, 2004) Amerika Syarikat ialah sebuah republik berasaskan hiburan dan filem menjadi senjata utamanya. Filem menjadi sumber kepada eskapisme dan instrumen kepada pembentukan mitologi “Mimpi indah Amerika”, tetapi merupakan igauan ngeri negara lain di seluruh dunia.

Walaupun bagaimanapun Swan (1991) menjelaskan bahawa slogan “Gaya Hidup Amerika Syarikat” yang menggambarkan kemajuan dan kualiti hidup yang tinggi disebar secara meluas menerusi filem terbitan Hollywood. Ini kerana kerjasama erat antara Jabatan Negara Amerika Syarikat dengan studio perfileman Hollywood telah wujud apabila sebahagian besar bekas kakitangan Jabatan Negara Amerika Syarikat menyertai Motion Picture Association of American (MPAA) sebagai pegawai kanan, termasuk bekas Presiden MPAA, Eric Johnston yang merupakan duta khas Presiden Amerika Syarikat ke Asia Barat pada tahun 1950-an, manakala Naib Presiden MPAA Eropah, Griff Johnson pula sebelum itu ialah Setiausaha Rendah Jabatan Negara Amerika Syarikat antara tahun 1950-an hingga 1960-an. Dengan meletakkan bekas kakitangan kerajaan Amerika Syarikat ke dalam badan pemasaran utama filem Hollywood MPAA, kerajaan Amerika mengawal segala aktiviti perfileman Hollywood termasuk menggunakannya untuk kempen propaganda perang. Filem menjadi kuasa halus (*soft power*) yang mampu membentuk pemikiran penonton dengan nilai yang dipaparkan menerusi filem berkenaan (Nye, 2011)

Walaupun filem Hollywood mendapat populariti yang tinggi, tidak bermakna filem yang diterbitkan bermutu tinggi dan kaya dengan pengajaran kepada manusia. Malah, bagi Lim dan Har (2007) itu disebabkan pemasaran globalnya yang cekap. Cerita yang dipaparkan menerusi filem lebih ke arah mengubah budaya hidup atau cita rasa manusia yang dianggap sesetengah pihak suatu proses pemodenan. Namun,

perubahan itu terhasil daripada kesan permainan psikologi terhadap minda manusia global. Proses penglobalan budaya dan pengkomoditian budaya dilihat menjadi penyebab kemunculan budaya kacukan (hibrid) yang mengambil nilai Barat yang disebarkan menerusi filem sebagai tunjang utama budaya berkenaan (Lukman dan Azmi, 2003).

Budaya kacukan berkenaan muncul akibat dominasi nilai Barat terhadap budaya tempatan. Walaupun proses ini telah berlaku sejak zaman penjajahan, corak atau bentuk budaya hibrid yang terhasil tidak sama dengan yang berlaku pada zaman sekarang. Ini kerana hasil penyebaran budaya Barat menerusi produk budaya yang terhasil daripada proses kacukan budaya itu membentuk budaya seragam (homogen) di seluruh dunia sehingga dianggap menghilangkan kepelbagaian budaya yang ada di seluruh dunia.

Kajian mengenai industri media, terutama kesan dan pengaruhnya mula mendapat perhatian dunia akademik selepas hasil kajian dua sarjana komunikasi terkemuka, iaitu Thomas Guback (1969) dan Herbert Schiller (1969) didedahkan kepada umum. Kajian mereka mendapati bahawa penerbit eksekutif filem dan kerajaan bekerjasama untuk menyebarkan pengaruh budaya Amerika Syarikat ke seluruh dunia (Curtin, 2009). Kajian lanjutan yang dilakukan Kaarle Nordenstreng dan Tapio Varis (1974) juga mendedahkan bukti empirikal terhadap dominasi Amerika Syarikat yang menguasai pasaran maklumat dunia daripada filem dan program televisyen.

### **1.2.1 Landskap Industri Filem Antarabangsa**

Antara tahun 1970-an hingga 1980-an muncul idea mengenai penjajahan budaya dalam kalangan sarjana komunikasi terkemuka seperti Herbert Schiller, Armand Mattelart dan Robert McChesney. Mereka mendakwa bahawa produk budaya Amerika Syarikat yang dihasilkan berdasarkan ideologi kapitalis membantu menjajah khalayak global dan membentuk budaya homogen yang mengancam kewujudan budaya setempat dan

pembentukan gaya hidup berbeza dengan gaya hidup masyarakat tempatan. Mereka berpendapat dengan penyebaran ideologi kapitalis ke seluruh dunia, budaya Amerika Syarikat berasaskan budaya pengguna, individualisme dan keseronokan dipromosikan menerusi media.

Apabila semakin banyak tanah jajahan mencapai kemerdekaan di Afrika dan Asia muncul pandangan bahawa penjajahan fizikal mula digantikan dengan penjajahan baharu yang memperlihatkan penaklukan negara maju terhadap dunia sedang membangun berasaskan ekonomi, politik dan ideologi, bukannya ketenteraan. Kuasa penjajahan baharu itu memanfaatkan makna simbol sebagai kaedah pengawalan yang dibantu oleh integrasi sistem telekomunikasi dan populariti program televisyen serta filem. Namun perdebatan teori penjajahan budaya, terutama pembentukan budaya homogen hasil daripada globalisasi media menurut sesetengah pendapat sarjana komunikasi tidak begitu jelas. Malah tesis penjajahan budaya ini mendapat banyak kritikan pelbagai pihak kerana andaian yang salah kerana tidak mengambil kira khalayak aktif dan memandang rendah kreativiti dan nilai budaya setempat (Su, 2010).

Selain itu, kajian yang dilakukan terhadap penerimaan khalayak mempersoalkan kesan kandungan yang disebarkan oleh media massa Amerika Syarikat hingga membentuk budaya seragam (Movius, 2010). Ini kerana khalayak tidak menerima mesej berkenaan secara terus, sebaliknya mentafsir, menentang atau menerima mesej yang dipaparkan. Pentafsiran mesej yang diterima itu dilakukan berasaskan budaya dan jati diri yang ada dalam jiwa mereka.

Selain khalayak yang aktif, pengkritik teori penjajahan budaya juga menyatakan bahawa pengaliran kandungan dari Barat tidak dapat membentuk budaya homogen di seluruh dunia. Tinjauan World Values Survey pada tahun 2002 (Movius, 2010) mendapati bahawa 47 peratus responden memilih identiti kebangsaan berbanding 15 peratus yang memilih identiti kosmopolitan sebagai pengenalan diri apabila ditanya

mengenai pengenalan diri yang utama mereka. Ini menunjukkan identiti kebangsaan dan serantau lebih kukuh berbanding identiti kosmopolitan (bandar/moden).

Walaupun dikritik hebat, kajian terbaharu menunjukkan rangka kerja umum penjajahan budaya tidak boleh diketepikan dan satu tesis baharu dicadangkan, iaitu terbentuknya budaya kacukan (*hybrid culture*) atau dikenali juga sebagai budaya ketiga transnasional (Su, 2010). Budaya kacukan merupakan adunan dua budaya dalam satu bentuk baru (Hashim Fauzy Yaacob, 2004), iaitu tahyulisme yang disebar dan dipaparkan menerusi media massa dan memanfaatkan kelebihan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT). Tahyulisme merujuk pada kacukan antara pemikiran tahyul berkaitan makhluk asing dan makhluk halus dengan kehidupan manusia masa lalu, masa kini dan masa akan datang. Hollywood yang dahaga akan keuntungan, kini melihat filem dewa-dewi zaman Greek sebagai sumber untuk menghasilkan filemnya.

Selain penjajahan budaya, hegemoni media Barat mengurangkan kemampuan industri setempat untuk menerbitkan karya budaya mereka, sekali gus menyebarkan budaya Barat dan menyumbang kepada proses penyeragaman budaya di seluruh dunia (Curtin, 2009). Data dari tahun 1960-an hingga 1970-an menunjukkan bahawa media Amerika Syarikat memiliki kekuatan struktur dalam penerbitan dan pengedaran filem di seluruh dunia yang kukuh.

Menurut Lee (2008), sarjana ekonomi berpendapat bahawa produk perfileman Hollywood memiliki kelebihan perbandingan (*comparative advantage*). Pasaran tempatannya yang besar membolehkan produknya mendapat sambutan daripada rakyat Amerika Syarikat sendiri sebelum dieksport ke luar negara. Ini dapat diperjelaskan menerusi dua aspek: syarikat yang memiliki modal besar dapat menghasilkan produk yang lebih menarik khalayak untuk menonton; dan diskaun budaya, iaitu sebahagian daripada tarikan produk berkenaan akan hilang kerana perbezaan ilmu, latar belakang pendidikan dan budaya. Pasaran filem antarabangsa masih dikuasai syarikat media

global, tetapi kemunculan syarikat media Asia yang mengeksport filem mengikut diaspora dan geo-budaya atau geo-bahasa juga semakin meningkat (Kim, 2009).

Walaupun wujud hubungan sehalu dalam pengaliran filem yang dikuasai Amerika Syarikat, perkembangan mutakhir menunjukkan wujud aliran kontra dalam pemasaran filem (Thussu, 2000; 2006). Thussu (2006) mendapati wujud tiga aliran utama filem dunia: (1) aliran sehalu yang masih di dominasi syarikat transnasional Amerika Syarikat terutama Hollywood; (2) aliran yang disokong kerajaan sesebuah negara, misalnya filem keluaran Bollywood dan program televisyen tele novela terbitan Amerika Latin; (3) aliran berasaskan diaspora bangsa yang lebih dikenali sebagai geo-budaya atau geo-bahasa. Kemunculan syarikat media Asia merujuk pada aliran kedua dan ketiga kerana memperlihatkan peranan aktif kerajaan yang menyediakan polisi menggalakkan penyertaan syarikat swasta dalam membangunkan industri produk budaya masing-masing (Keane, 2006).

### **1.2.2 Landskap Industri Filem Malaysia**

Di Malaysia, kerajaan turut menyedari kepentingan produk budaya seperti filem sebagai industri yang mampu menjana pendapatan kepada negara dan pada masa yang sama mengetengahkan kebudayaan tempatan ke peringkat antarabangsa. Untuk itu, negara memerlukan satu industri filem yang kukuh, berdaya maju, dan berdaya saing bagi memastikan kelangsungan industri berkenaan dan juga kelangsungan budaya tempatan.

Malaysia adalah antara negara terawal di Asia Tenggara mempunyai industri filem yang dahulunya berpusat di Singapura. Filem cereka Melayu pertama *Laila Majnun* arahan B S Rajhans diterbitkan pada tahun 1933. Selepas itu, industri filem Melayu melalui fasa kegemilangan menerusi sistem studio yang dipelopori Shaw Brothers yang menubuhkan Malay Film Production dan karisma Tan Sri P Ramlee sebagai pelakon, pelawak, penggubah lagu, pengarah dan penulis skrip dengan mencipta

360 lagu, berlakon dalam 63 filem (40 di Singapura, 23 di Malaysia), dan mengarahkan 34 filem (16 filem diarahkan di Singapura antara tahun 1955 hingga 1964 dan 18 filem antara tahun 1966 hingga 1973 di Kuala Lumpur). Seperti mana-mana industri, termasuk Hollywood yang mengalami kemerosotan pada tahun 1940-an, industri filem Malaya juga melalui zaman kemerosotan kerana beberapa faktor seperti penyusutan kehadiran penonton ke panggung wayang, pengenalan televisyen pada tahun 1963, peningkatan kos penerbitan, pertelingkahan antara pekerja dan majikan, pemisahan Singapura dan Malaysia serta banjir filem Indonesia, Hong Kong dan Bollywood serta Hollywood ke dalam pasaran filem tempatan (William, 2002).

Industri perfileman negara mula mendapat suntikan semangat baharu apabila kerajaan menggubal Dasar Ekonomi Baru (DEB) yang mensyaratkan pemilikan 30 peratus ekuiti Bumiputera dalam ekonomi negara. Melalui DEB juga beberapa artis menubuhkan syarikat perfileman masing-masing pada tahun 1972. Antaranya Datuk Sarimah Ahmad dan suaminya pada ketika itu, Yusof Majid, yang menubuhkan syarikat Sari Artist, syarikat pertama yang ditubuhkan Bumiputera (Fauziah Kartini, 2009) manakala Tan Sri P. Ramlee pula bergabung dengan Tan Sri Jins Shamsuddin, Jaafar Abdullah dan H.M Shah untuk menubuhkan Perfirma.

Syarikat perfileman tempatan menunjukkan kejayaan apabila melahirkan filem-filem yang mendapat sambutan ramai. Misalnya, filem pertama terbitan Perfirma, *Menanti Hari Esok* yang ditayangkan pada tahun 1977 mendapat sambutan menggalakkan apabila ia ditayangkan selama 53 hari di panggung manakala filem terbitan Sabah Filem, *Si Badul* bertahan sehingga 73 hari di pawagam manakala *Azura* mencapai kutipan filem terlaris dengan pungutan jumlah jualan tiket melebihi sejuta ringgit (Fauziah Kartini, 2009).

Kejayaan filem-filem tersebut membuktikan bahawa filem tempatan masih mempunyai khalayaknya dan mampu memberikan pulangan yang menguntungkan

kepada penerbit. Hasil cadangan beberapa seniman tempatan seperti Tan Sri Jins Shamsuddin, Perbadanan Pembangunan Filem Nasional (FINAS) ditubuhkan pada tahun 1981 dengan matlamat untuk menggalak, memelihara dan memudahkan perusahaan perfileman di Malaysia. FINAS ditubuhkan berdasarkan Akta Perbadanan Kemajuan Filem Malaysia, 1981 (Akta 244) dan pada awal penubuhannya, badan ini dikawal selia oleh Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Malaysia. Kini FINAS dikawal selia oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia.

Selain itu, bagi mengukuhkan industri perfileman negara, Dasar Filem Negara (DFN) yang digubal pada 1997 dikaji semula pada tahun 2005. Dasar berkenaan menjadi hala tuju kepada industri filem tempatan. DFN menggariskan dua objektif utama: (1) membantu membangunkan industri perfileman negara supaya lebih berdaya maju dan dapat bersaing pada peringkat antarabangsa; (2) pemangkin pertumbuhan industri perfileman tempatan bagi menjadikan Malaysia sebagai sebuah hub destinasi perfileman serantau.

Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) pula digubal pada 2010 bagi merencanakan pertumbuhan industri kreatif negara sebagai sumber pekerjaan dan pendapatan kepada negara dan seterusnya melonjakkan negara ke arah negara berpendapatan tinggi. DIKN yang diluluskan pada November 2010 sebagai pelan induk industri produk budaya tempatan merangkumi tiga elemen, iaitu industri kreatif multimedia (penerbitan filem dan televisyen, pengiklanan, seni reka, animasi dan kandungan digital), industri kreatif seni budaya (kraf, seni visual, seni muzik, seni persembahan dan penulisan kreatif), dan Industri kreatif warisan budaya (aktiviti pemuziuman, pengarkiban, pemulihan dan pemuliharaan).

Dasar ini selaras dengan pelan transformasi kerajaan dan Model Baru Ekonomi yang diperkenalkan Perdana Menteri Datuk Seri Najib Tun Razak bagi mencapai status negara berpendapatan tinggi menjelang 2020. Mengikut Laporan Majlis Penasihat

Ekonomi Negara (NEAC), negara akan memanfaatkan sektor pertumbuhan strategik, dan industri kreatif—muzik, filem, kesenian dan budaya—bagi menjadi sektor yang penting untuk Malaysia pada masa hadapan. Langkah yang dilaksanakan Malaysia adalah selaras dengan perkembangan serantau yang menyaksikan negara Asean seperti Thailand dan Singapura menggunakan industri kreatif mereka untuk menjana pendapatan kepada negara dan pada masa yang sama menyetengahkan budaya tempatan ke peringkat antarabangsa.

### **1.2.3 Penonton Filem Malaysia**

Kajian mengenai penontonan filem Malaysia masih kurang dilakukan di negara ini, berbanding filem antara bangsa termasuk Hollywood yang menarik ramai sarjana filem mengkajinya. Pelbagai faktor boleh dihubungkan dengan pola tontonan antaranya umur, gender, tahap pendidikan, tujuan, genre, teknik lakonan dan mutu filem. Mengapa kajian ini penting? Ia penting kerana dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan filem tempatan serta minat penonton untuk menghasilkan filem bermutu dan mencapai tahap filem terlaris (Fauziah Kartini, Faridah Ibrahim dan Safar Hashim, 2009).

Kajian penontonan filem antarabangsa dilakukan sarjana filem antarabangsa antaranya Linton dan Petrovich (1988), yang mengkaji mengenai bagaimana khalayak memilih sesebuah filem serta melihat sama ada wujudnya sifat dalam sesebuah filem yang menentukan sama ada ia menjadi pilihan khalayak dan sama ada sifat itu sama bagi sesetengah kelompok demografi.

Kajian yang dilakukan Faber, O'Guinn dan Hardy (1988) untuk membandingkan penonton filem seni dan penonton filem popular. Kajian itu mendapati sebab utama khalayak menonton filem kerana hiburan dan lari daripada sesuatu suasana yang menjadi rutin harian. Bagi sarjana George Papadopoulos (2001) dalam Fauziah Kartini, Faridah Ibrahim dan Safar Hashim (2009), menyatakan pendapat, cita rasa dan kelakuan



penonton berubah mengikut masa dan filem yang mencecah filem terlaris kali pertama ditayangkan belum tentu mencatatkan kejayaan yang sama jika ditayangkan kali kedua di panggung. Beliau juga menyatakan filem yang berbajet besar tidak semestinya berjaya menarik perhatian penonton.

Bagi penyelidik Md Azlan Shah Md Syed dan Mohd Nazri Ibrahim (2012), yang mengkaji hubungan antara gelagat penonton (wanita Melayu) yang menonton drama rantaian Asia dan makna kemodenan mendapati wanita Melayu mempunyai kecekapan untuk memilih makna yang dipaparkan dalam budaya popular selari dengan nilai kekeluargaan yang dipegang mereka tanpa perlu mengabaikannya.

Persoalan seterusnya yang menarik perhatian ialah bagaimana tingkah laku, cita rasa, persepsi dan harapan penonton filem Malaysia. Pengkritik filem A Wahab Hamzah (2003) dan kajian yang dilakukan Fauziah Kartini, Paridah Ibrahim dan Safar Hashim (2009) mendapati penonton di negara ini amat terdedah kepada filem antarabangsa seperti Hollywood, Korea Selatan, Jepun, Bollywood dan Kollywood.

Pengaruh filem Hollywood amat menebal di kalangan penonton tempatan kerana telah didedahkan sejak kecil terhadap program televisyen dan filem dari Hollywood. Faktor ini diburukkan dengan kelemahan filem tempatan yang kurang daripada aspek produksi, kualiti cerita, teknologi dan pemasaran menyebabkan khalayak penonton filem yang sedia terdedah dengan filem Hollywood secara kritis akan membandingkan filem tempatan dan Hollywood. Namun jika dianalisis secara terperinci filem Hollywood yang ditayangkan di negara ini tidak memiliki kualiti cerita dan seni yang tinggi sebaliknya penuh dengan keganasan seperti *Rambo* (1982), *Die Hard* (1988) dan *Avengers: Age of Ultron* (2015) tetapi pada masa yang sama mempunyai penonton yang besar.

A Wahab Hamzah (2003) pada masa yang sama mengelaskan penonton tempatan kepada dua kelompok iaitu berpendidikan tinggi dan hanya akan menonton

filem yang dibikin dengan kualiti tinggi serta mampu mengajak khalayak berfikir. Kelompok kedua pula ialah mereka yang gemar kepada melodrama dan melankolik yang mempunyai hubungan faktor sejarah dan budaya. Gambaran ini boleh dilihat menerusi sambutan filem yang diarahkan Yusof Hslam misalnya *Sembilu I* dan Rahim Razali menerusi *Tsu Fe-Sofiah*.

### **1.3 Permasalahan Kajian**

Bagi menyokong Amerika Syarikat sebagai sebuah empayar, pelbagai instrumen digunakan kerajaan Amerika Syarikat. Schiller (1969) berpendapat antara kaedah utama yang digunakan adalah penggunaan media massa sebagai alat memperluas dasar penjajahan Amerika Syarikat. Schiller (1992) mendapati bahawa pendekatan dasar imperialisme Amerika Syarikat sudah berubah apabila ia digabungkan dengan perluasan perniagaan konglomerat media ke seluruh dunia. Oleh itu, syarikat media berkenaan perlu memiliki modal dan pendapatan besar di samping memiliki perniagaan dalam pelbagai industri seperti filem, penerbitan buku, muzik, saluran televisyen, taman tema, majalah, radio, akhbar dan media baharu bagi memastikan mereka tidak mudah dikalahkan pesaing baharu yang cuba hendak memasuki industri berkenaan.

Antara syarikat media global dunia yang dikategorikan sebagai lapis utama ialah AOL-Time Warner, Disney, Vivendi-Universal, Bertelsmann, Viacom dan News Corporation (Herman dan McChesney, 1997; Mirza Jan 2009) manakala bagi lapis kedua ialah America Telephone & Telegraph (Amerika Syarikat), Microsoft Corporation (Amerika Syarikat), General Electric/NBC (Amerika Syarikat), Sony/Columbia/Tristar (Jepun). Syarikat lapis utama ini memiliki kekayaan luar biasa dan ada yang mengatasi Keluaran Dalam Negara Kasar sesebuah negara seperti Disney yang memperoleh pendapatan ASD\$38 bilion diikuti AOL-Time Warner (AS\$25 bilion), Bertelsmann (AS\$15 bilion), Viacom (AS\$13 bilion), dan News Corp (AS\$11

bilion). Ini selari dengan strategi untuk menguasai pasaran media dunia menerusi aktiviti penggabungan dan pemilikan bagi memastikan tiada sebarang cabaran daripada syarikat media baru yang dapat menggugat kedudukan mereka. Mereka juga memiliki pelbagai cabang perniagaan dalam pelbagai industri media untuk meningkatkan pendapatan syarikat. Lapis kedua pula ialah syarikat multimedia yang memiliki pendapatan antara US\$1 bilion hingga US\$6 bilion setahun.

Globalisasi media pada peringkat antarabangsa banyak mempengaruhi penyebaran produk budaya ke seluruh dunia dan ia disokong oleh kemajuan teknologi maklumat dan komunikasi yang membolehkan pengaliran produk budaya ke seluruh dunia dilakukan dengan pantas (Azizah, 2006). Jika sebelum ini kerajaan menerusi polisi yang diwujudkan dapat mengawal dan menapis kemasukan budaya asing ke dalam negara yang dibawa program televisyen yang dibeli atau diimport dari luar negara, penyatuan ICT menyebabkan pihak pengeluar produk budaya kini berurusan terus kepada pengguna tanpa memerlukan orang tengah (badan penyiar) dan ini menyebabkan nilai budaya yang dieksport terus kepada pengguna tanpa perlu melalui tapisan atau kawalan kerajaan.

Ahli sosiologi Roland Robertson, antara pengasas kepada konsep globalisasi, mendefinisikan globalisasi sebagai “the compression of the world and the intensification of consciousness of the world as a whole” (Movius, 2010). Bagi ahli teori komunikasi Herbert Marshall McLuhan (1962), globalisasi dan komunikasi adalah dua perkara saling berkaitan di samping mengutarakan dua konsep utama dalam bidang komunikasi iaitu “the medium is the message” dan perkampungan global manakala Terry Flew (2007) menyatakan media memainkan peranan utama dalam proses globalisasi berdasarkan tiga perkara: (1) syarikat media semakin melaksanakan operasi perniagaan mereka secara global; (2) prasarana komunikasi sedia ada membolehkan pengaliran maklumat secara pantas ke seluruh dunia; (3) peranan yang dimainkan syarikat media

global bagi menentukan setiap imej yang dipaparkan dalam media mempunyai makna sepunya dan dikongsi bersama penduduk dunia.

Osman Bakar (2003) menjelaskan bahawa globalisasi media berkemampuan menghakis nilai budaya tempatan dan digantikan dengan budaya global yang menjadikan nilai Barat sebagai tunjang nya. Azizah (2006) jelas bersetuju dengan pendapat Osman dan lebih cenderung menyatakan globalisasi yang berlaku sekarang bertujuan untuk menyebarkan budaya Barat. Tambahnya, globalisasi kebudayaan yang dibantu Hollywood menerusi syarikat media global mengakibatkan penghakisan tradisi dan melumpuhkan industri filem yang penting sebagai alat mempromosi kebudayaan tempatan.

Bagi Arjun Appudurai (1996 dalam Movius, 2010), globalisasi budaya yang diterajui media dan komunikasi mewujudkan interaksi antara budaya yang kompleks. Untuk itu, Appudurai menjelaskan lima *scapes* *ethnoscapes*, *mediascapes*, *technoscapes*, *financescapes*, dan *ideoscapes* yang mempengaruhi budaya dan memastikan kewujudan kepelbagaian budaya, bukannya budaya seragam (*homogeneity*) atau dominasi budaya sesuatu bangsa, terutama bangsa yang memiliki kelebihan ekonomi. Akibat proses globalisasi, maka kelima-lima *scapes* itu kini bergerak ke seluruh dunia. Ini mengakibatkan proses penerbitan filem tidak lagi hanya tertumpu di Amerika Syarikat dan beberapa negara Eropah, malah semakin banyak negara di Asia, Asia Barat, Amerika Latin, Amerika Selatan dan Afrika yang sudah membangunkan industri produk budaya mereka (Micheal Keane, 2006).

Revolusi ICT dan ekonomi berasaskan pasaran terbuka menyebabkan era globalisasi sudah bermula di negara ini. Pelbagai program memasuki ruang udara dan isi rumah melalui media siaran satelit, saluran gelombang luar yang memperkenalkan pelbagai jenis program luar yang terdiri daripada siaran berita, hal ehwal semasa, hiburan, rancangan kebudayaan, pendidikan, sejarah dan alam semula jadi yang berasal

dari Hollywood, London dan Tokyo. Akibatnya, nilai hidup Barat seperti sikap individualistik, memisahkan agama dan pemerintahan serta kebendaan disebarkan secara berterusan menerusi produk budaya. Penerimaan nilai Barat yang disebarkan menerusi produk budaya oleh penduduk Malaysia, terutama kepada generasi muda dikhuatiri akan menghakis nilai budaya setempat kerana mereka beranggapan budaya Barat lebih hebat dan maju berbanding budaya tempatan. Mereka lebih mengenali dan mengingati lambang McDonald's berbanding bendera Malaysia, watak Superman lebih dipuja kerana kegagahannya menumpaskan penjahat berbanding Tok Janggut atau Mat Kilau, pahlawan Melayu yang menentang penjajahan Inggeris. Penyebaran nilai Barat seperti individualisme, sekularisme dan materialisme mendapat tentangan nilai Timur yang berasaskan keislaman seperti kekeluargaan, persaudaraan, menghormati mereka yang lebih tua serta menolak pergaulan terlalu bebas antara lelaki dengan perempuan. Kemasukan nilai Barat itu juga menggugat pelaksanaan Dasar Kebudayaan Kebangsaan (DKK) yang menekankan tiga aspek utama iaitu budaya penduduk asal (Melayu) menjadi asas kepada pembentukan budaya nasional, budaya yang bersesuaian dengan budaya Melayu boleh dimasukkan dalam pembentukan budaya nasional dan Islam menjadi teras budaya berkenaan.

Lukman dan Azmi (2003) berpendapat globalisasi media yang berlaku sekarang mempunyai potensi menghakis nilai budaya tempatan untuk digantikan dengan nilai budaya global kerana Barat menggunakan segala kelebihan yang ada sama ada politik, teknologi dan ekonomi untuk menyemai budaya global dalam kalangan masyarakat negara sedang membangun. Malah, kesan keterbukaan dan tawaran daripada sistem komunikasi global melemahkan kuasa tradisional dan negara (Azizah, 2006).

Walaupun industri filem Melayu mencatatkan peningkatan daripada bilangan judul yang dihasilkan dan pendapatan jualan tiket hasil daripada Dasar Filem Negara (DFN) yang digubal pada 1997 dan dikemas kini pada 2005. DFN memiliki dua

matlamat utama iaitu membangunkan industri perfileman negara dan menjadikan Malaysia sebagai pusat destinasi filem serantau. Dasar ini memberikan impak positif apabila bilangan filem cereka (cerita rekaan) tempatan mencatatkan peningkatan daripada 16 judul filem pada tahun 2003 kepada 73 judul filem cereka pada tahun 2012. Daripada segi kutipan filem *The Journey* (RM17.7 juta), *KL Gangster* (RM11.74 juta), *Rindu Ombak* (RM10.9 juta), *Ngangkung* (RM8.18 juta), *Kongsi* (RM8.09 juta) dan *Khurafat* (RM8.08 juta) ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)).

Biarpun mendapat bantuan kerajaan menerusi DFN namun industri filem tempatan masih mempunyai kelemahan ketara. Antaranya, skrip, tenaga kerja, tayangan, tontonan, kos, pembahagian keuntungan yang tidak adil antara penerbit dan panggung dan polisi (pertindihan penguatkuasaan). Selain itu, ia berhadapan persaingan dari luar iaitu kemasukan filem Hollywood, Hong Kong dan Bollywood. Kelemahan ini menyebabkan perkembangan industri filem tempatan sebagai industry produk budaya berasaskan nilai tradisi dan budaya setempat digugat popularity filem asing. Sejauh manakah kebenaran andaian ini dan apakah bentuk usaha yang perlu diambil pemain utama dan pihak berkepentingan?

#### **1.4 Persoalan Penyelidikan**

Kajian ini cuba menjawab beberapa persoalan berdasarkan objektif yang digariskan. Soalan-soalannya adalah seperti berikut:

1. Apakah pola terkini penerbitan filem tempatan?
2. Bagaimana polisi yang digubal kerajaan membantu industri filem tempatan berdaya maju dan berdaya saing?
3. Sejauh mana nilai Barat diterima khalayak penonton tempatan?

4. Sejauh manakah unsur kedekatan budaya mempengaruhi pola pemilihan tontonan antara filem Malaysia atau Hollywood dalam kalangan khalayak tempatan?

### **1.5 Objektif Kajian**

Berdasarkan permasalahan yang dinyatakan, objektif kajian ini adalah seperti yang berikut:

1. Untuk mengenal pasti cabaran-cabaran yang dihadapi industri filem Malaysia terutama membabitkan proses penghasilan skrip, kos penerbitan, tayangan, kutipan, pemasaran dan bilangan penonton.
2. Untuk mengkaji keberkesanan polisi yang digubal kerajaan bagi membantu industri filem menjadi berdaya maju dan berdaya saing.
3. Untuk mengkaji impak kemasukan filem Barat yang memenuhi pasaran tempatan, terutama terhadap identiti kebangsaan.
4. Untuk mengenal pasti sama ada kedekatan budaya tempatan menjadi faktor penentu bagi pemilihan tontonan antara filem Malaysia dan Hollywood bagi khalayak filem tempatan.

### **1.6 Signifikan Kajian**

Kepentingan kajian ini adalah:

- 1) Menyediakan maklumat terkini mengenai status terkini industri filem tempatan dan cabaran yang dihadapi,
- 2) Maklumat status terkini industri filem tempatan akan dimanfaatkan bagi menambah baik dan mengukuhkan polisi sedia ada, dan
- 3) Penghasilan produk budaya beridentitikan Malaysia iaitu menerusi kaedah ini nilai budaya tempatan diturunkan daripada satu generasi ke generasi.

## 1.7 Skop Kajian

- a) Kajian yang dilaksanakan ini memberi tumpuan kepada :
- b) Industri filem tempatan terkini
- c) Polisi kerajaan membantu industri filem tempatan
- d) Kemasukan filem Hollywood dan nilai dibawahnya
- e) Khalayak penonton tempatan

## 1.8 Kaedah Penyelidikan

Bagi tujuan penyelidikan, kaedah bercampur (*mixed method*) digunakan, iaitu soal selidik (kuantitatif) dan temu bual mendalam (kualitatif). Penggunaan kedua-dua kaedah ini bertujuan untuk membolehkan penyelidik memperoleh bukti mendalam terhadap subjek yang dikaji dan bagi mengelakkan kesilapan dan kekeliruan dalam proses pengolahan data dan kesimpulan.

Plowright (2011) menyatakan, rasional penggunaan dua kaedah ini adalah bagi mendapatkan gambaran menyeluruh subjek yang dikaji dan ia tidak dapat dihasilkan menerusi hanya satu kaedah kajian. Ini membabitkan integrasi antara dua kaedah itu, iaitu setiap dapatan data kaedah kualitatif akan menyokong dapatan data kuantitatif.

Penyelidik menggunakan kaedah pensampelan bertujuan (*purposive sampling*) dan pensampelan mudah (*convenience sampling*). Penyelidikan kuantitatif yang digunakan ialah tinjauan soal selidik. Kaedah ini, menurut Chua Yan Piaw (2011), dapat mengumpul jawapan terus daripada subjek dan sesuai digunakan untuk menghurai fenomena yang dikaji. Dalam kajian ini, sebanyak 300 borang soal selidik di tiga lokasi panggung wayang, iaitu di Alamanda, Putrajaya; IOI Puchong dan One Utama, Petaling Jaya diedarkan. Kaedah ini digunakan bagi mendapatkan data khusus daripada penonton yang menonton filem tempatan dan antarabangsa.



Kaedah penyelidikan kualitatif turut digunakan, iaitu temu bual mendalam, kerana kaedah ini dapat mengeluarkan pelbagai pandangan tersembunyi yang ada di dalam minda responden. Berger (1998) menyatakan bahawa teknik temu bual mendalam membabitkan perbualan yang berfokus, digunakan dengan tujuan mencungkil perasaan terpendam, sikap, kepercayaan dan keyakinan responden yang tersimpan di dalam diri mereka. Teknik ini memiliki kelebihan kerana dapat membantu penyelidik mengumpul dan mendapatkan maklumat “luar jangka”, iaitu maklumat yang tidak dapat diperoleh melalui teknik tinjauan. Teknik ini juga dapat membantu penyelidik memperoleh perspektif mengikut kata-kata yang terkeluar daripada mulut responden dan ini membantu penyelidik membentangkan kajian bermakna mengikut pandangan informan.

Bagi melaksanakan penyelidikan ini, penyelidik membahagikan kepada tiga peringkat, iaitu menemuramah secara mendalam pemain utama dalam industri perfileman tempatan, penonton yang terdiri daripada profesional dari BERNAMA TV dan pelajar Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya. Antara pemain yang ditemu ramah ialah Presiden Persatuan Penerbit Filem Malaysia, Ketua Bahagian Penyelidikan Finas dan pengarah filem.

## **1.9 Pembahagian Bab**

Disertasi ini dibahagikan kepada tujuh bab. Bab pertama adalah pengenalan yang menjelaskan latar belakang penyelidikan yang dilakukan. Bab ini juga merangkumi permasalahan, objektif, persoalan, signifikan dan metodologi penyelidikan.

Bab 2 dan Bab 3 pula merupakan ulasan persuratan. Bab 2 lebih berfokus pada latar sejarah permulaan filem di Perancis, diikuti dengan perfilemannya serta model polisi kreatif yang dilaksanakan di seluruh dunia. Bab 3 pula membincangkan sejarah industri filem tempatan dan latar belakang Dasar Industri Kreatif Negara dan Dasar

Filem Negara. Ia juga menerangkan mengenai beberapa pelaksanaan polisi industri kreatif di seluruh dunia yang dapat menjana pendapatan kepada negara.

Bab 4 pula membincangkan kerangka teori yang memandu kajian ini iaitu teori pengaliran bebas produk budaya dan teori kedekatan budaya. Selain itu, bab ini turut membincangkan kajian lepas berkaitan industri filem Malaysia serta contoh dua negara Asia yang kini mengeksport filem mereka.

Bab 5 berfokus pada metodologi kajian yang menjelaskan penggunaan kaedah bercampur (*mixed method*), iaitu kaedah kualitatif dan kuantitatif. Bab 6 pula merangkumi analisis dan perbincangan dapatan kajian yang akan dihuraikan dan dibincangkan bagi menjawab persoalan penyelidikan.

Bab 7 adalah rumusan bagi penyelidikan yang dijalankan dan juga cadangan bagi melanjutkan penyelidikan dalam bidang berkenaan.

Kajian ini mencari jawapan terhadap pengaruh filem Hollywood terhadap rakyat Malaysia, terutama akibat kemasukan nilai barat seperti konsumerisme, hak asasi manusia, individualisme, materialisme dan hedonisme. Kajian ini juga cuba mencari jawapan tentang kekuatan dan kelemahan industri filem tempatan bagi menangkis serangan budaya dari Amerika dan Barat.

Satu model akan dihasilkan bagi menerangkan dan merumuskan semua permasalahan kajian serta kajian lanjutan yang boleh dilakukan oleh mereka yang berminat.

## **BAB 2**

### **KERANGKA TEORI DAN SOROTAN SUSASTERA**

#### **2.1 Pengenalan**

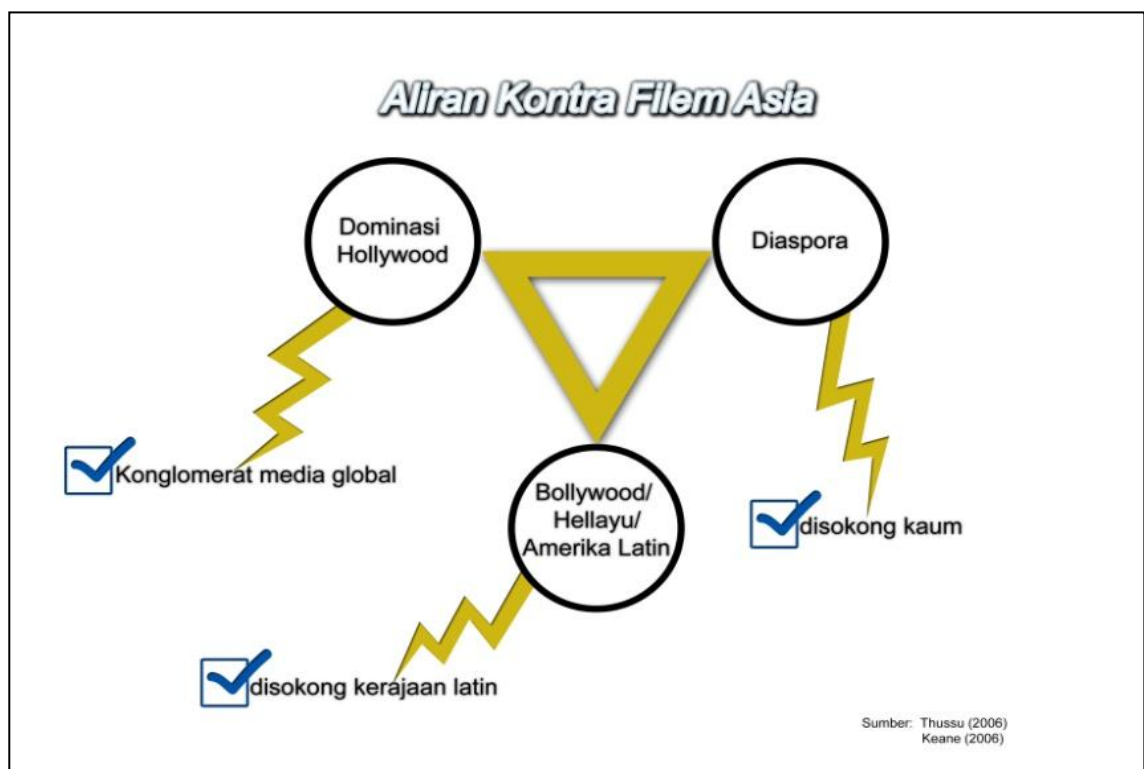
Bab ini mengulas kajian terdahulu dan tinjauan susastera terhadap teori pengaliran bebas produk budaya dan teori kedekatan budaya (cultural proximity) / pasaran geo-budaya. Membincangkan kerangka kajian yang menjadi garis panduan dalam kajian yang dilakukan. Untuk memudahkan perbincangan, beberapa sub-tajuk ditulis bagi menyediakan kategori kajian-kajian dan susastera lain yang menjadi rujukan bagi kajian ini. Penyelidik juga membincangkan kajian sarjana komunikasi tempatan terhadap industri filem dan khalayak tempatan dan menjelaskan perbezaan antara kajian sedia ada berbanding kajian yang dijalankan penyelidik. Penulis juga membincangkan kemunculan dua negara yang sebelum ini bukan pengeksport filem tetapi kini adalah antara pemain aktif peringkat Asia dan global. Pemilihan dua negara berkenaan adalah selari dengan teori yang digunakan penyelidik dalam kajiannya. Pada akhir bab ini penyelidik akan menghasilkan model kerangka bagi menerangkan penyelidikan yang dijalankan.

#### **2.2 Pengaliran Kontra**

Jika selama ini Amerika Syarikat mendominasi pengaliran produk budaya dunia namun pada abad 21 ini dengan kemajuan teknologi maklumat dan komunikasi, pemilikan satelit, video berasaskan permintaan, berita atas talian, liberalisasi perdagangan dan deregulasi undang-undang, Amerika Syarikat bukan lagi satu-satunya kuasa yang menguasai pengaliran berkenaan, sebaliknya muncul beberapa kuasa baru dalam industri produk budaya terutama dari Asia dan Amerika Selatan. Kemunculan Jepun, Korea Selatan, Mesir, Nigeria dan Hong Kong sebagai pengeluar dan pengeksport filem

merencanakan lagi pengaliran filem di rantau Asia, Asia Barat dan Afrika. Kemunculan pusat baru ini menambah bilangan pusat penerbitan filem Asia seperti Bollywood dan Jepun serta rantau Amerika Selatan dan Utara iaitu Brazil dan Mexico.

Sarjana komunikasi Thussu (2006) menyifatkan kerancangan pengaliran kontra antara Utara ke Selatan, Timur ke Barat dan Selatan ke Selatan akibat kemunculan syarikat media global yang mementingkan pasaran dan pendapatan hasil daripada periklanan. Syarikat media global yang diterajui Amerika Syarikat dan negara Barat menguasai sepenuhnya industri media dunia terutama Amerika Syarikat dengan bantuan kuasa politik kerajaan manakala kajian yang dijalankan Kim (2008) terhadap syarikat media Asia menyatakan wujud dua aliran filem di Asia iaitu dominasi Hollywood dan kemunculan syarikat media Asia yang disokong polisi kerajaan.



**Rajah 2.1:** Menunjukkan aliran kontra filem Asia mengikut pandangan Thussu (2006).

Namun ini tidak bermakna penguasaan Hollywood semakin lemah sebaliknya pengaruhnya tetap kukuh kerana kebanyakan negara yang muncul sebagai pengeksport filem meniru model Hollywood kerana ia disifatkan sebagai model yang paling berjaya dalam industri filem global.

Keane (2006: 835-853), menjelaskan negara Asia memasuki industri perfileman antarabangsa menerusi tiga gelombang; yang pertama menerusi pembelian syarikat media dan ICT gergasi Barat, misalnya pembelian Lenovo oleh China dan Sony membentuk Sony Pictures serta Samsung bagi menguasai industri perkakasan (hardware); kedua penghasilan kandungan (content) dalam bentuk menarik dan diterima ramai hingga menyebabkan Hollywood terpaksa menghasilkan semula filem berkenaan, misalnya, *The Ring* (2002) dan *Dark Water* (2004); dan pengarah dan pelakon terkenal Asia seperti *Zhang Yimou*, *John Woo*, *Ang Lee*, *Jackie Chan*, *Gong Li*, *Jet Li* dan *Chow Yuen Fat* mengarah dan berlakon dalam filem keluaran Hollywood.

Pengarah dan pelakon Hong Kong terkenal kerana genre aksi membabitkan aksi lawan pedang menerusi filem *Crouching Tiger, Hidden Dragon* dan kung-fu dalam *Hero*. Keane (2006) turut menyatakan bagi membangunkan kemampuannya dalam industri produk budaya terutama industri perfileman, Asia melaksanakan lima model pembangunan yang dapat memberikannya keupayaan bagi bersaing dengan Hollywood. Antara pendekatan yang dilaksanakan Asia menurut Keane adalah:

**a) Sumber Luar Pada Kos yang Rendah**

Penghasilan filem membabitkan kos tinggi di Hollywood memaksa pengeluar filem di sana mencari lokasi lain yang jauh lebih murah bagi membuat penggambaran. Beberapa filem terlaris menjalani penggambaran di luar Amerika Syarikat. Misalnya, filem *Lord of The Ring*, arahan Peter Jackson, membuat penggambaran di New Zealand. Pencarian lokasi

penggambaran menyebabkan banyak negara berlumba-lumba menarik syarikat perfileman gergasi Hollywood menjadikan negara mereka sebagai tempat lokasi penggambaran. Antaranya, Australia, New Zealand, Kanada, Afrika Selatan dan Romania (negara maju) manakala negara sedang membangun yang aktif ialah China, Thailand, Mexico dan Malaysia). Untuk menarik minat syarikat berkenaan, pelbagai insentif diberikan kerajaan negara masing-masing, antaranya, pelepasan cukai, subsidi, pelaburan ekuiti dan pelepasan bayaran yuran lokasi di samping menyediakan pelbagai peralatan untuk urusan penggambaran, termasuk tenaga kerja yang murah. Malaysia turut sama berusaha menarik syarikat 'runaway production' ini, dengan menawarkan pelbagai insentif, termasuk 30 peratus rebat jika melabur lebih RM5 juta dalam pembikinan filem serta pembinaan studio Pinewood Iskandar di Nusajaya. Otmazgin (2005:499) menyatakan kos penerbitan filem yang murah di China, Thailand dan Malaysia menyediakan insentif yang sesuai untuk menjadikan negara-negara berkenaan sebagai pusat pengeluaran filem. Malaysia turut menjadi perhatian syarikat perfileman Hollywood apabila Sean Connery dan Catherine Zeta Jones menjadi hero dan heroin dalam filem *The Entrapment*, yang mengambil latar belakang menara tertinggi di dunia ketika itu, Menara Berkembar Petronas dalam filem berkenaan. Begitu juga filem *Anna and The King*, lakonan Chow Yuen Fatt dan Judie Foster, yang menggunakan resort golf di Batu Gajah, untuk dijadikan latar belakang persekitaran istana Raja Siam dalam filem berkenaan.

**b) Meniru Cara Penghasilan Hollywood**

Keane menjelaskan antara faktor yang menyebabkan pertumbuhan rancak industri produk budaya di China dan India kerana mereka meniru kejayaan model perniagaan dan penghasilan filem Hollywood. Peniruan juga dilakukan terhadap perisian dan perkakasan dengan kos yang murah kerana tidak memerlukan aktiviti penyelidikan dan pembangunan. Pada masa yang sama Otmazgin (2005) menyatakan Asia Timur juga turut mengetengahkan budaya serantau menerusi penerbitan program hiburan Channel V, yang ditiru daripada program hiburan MTV. Program ini secara konsisten memperkenalkan pelbagai corak muzik 'Asia'.

**c) Produksi Bersama dan Francais**

Aliran terkini perfileman antarabangsa menyaksikan banyak unsur kitar semula dan adaptasi dilakukan terhadap filem dari Asia. Misalnya kejayaan filem *The Ring* (2002: Jepun), *Dark Water* (2004:Jepun), *My Sassy Girl* (2001:Korea), *My Wife is A Gangster* (2001: Korea), *Infernal Affairs* (2001: Hong Kong) dan *The Eye* (2003: Hong Kong), turut menarik minat syarikat filem Hollywood menghasilkan filem berkenaan tetapi ia diolah semula berdasarkan cita rasa Hollywood. Malaysia juga tidak terkecuali melaksanakan produksi bersama apabila Perbadanan Pembangunan Filem Nasional (FINAS) bakal mengadakan kerjasama dengan pengarah Hollywood, Roger Christian (pengarah filem siri trilogy *Star Wars*) dan pelakon antarabangsa Australia Hugh Jakson untuk menerbitkan filem *Death March*, filem sejarah perang dunia mengenai askar Australia dan British yang menjadi tawanan perang tentera Jepun

dan dipaksa berjalan sejauh 140 kilometer dari Sandakan ke Ranau hingga menyebabkan ramai yang mati.

([www.thestar.com.my/news/nation/2014/08/02](http://www.thestar.com.my/news/nation/2014/08/02) access time 11.15 pm

August 2, 2014).Ia di sasar untuk ditayangkan di Festival Filem Antarabangsa Cannes pada 2016. – Wooing ‘Wolverine’ for death march movie.

#### **d) Pasaran Khusus**

Pelbagai budaya etnik kini boleh diketengahkan kepada pasaran antarabangsa. Cowan (2002) dalam Keane (2006:845) menjelaskan drum tradisi suku kaum Afrika kini sudah diketengahkan ke peringkat antarabangsa menerusi gabungan irama Afrika dan gitar elektrik.

#### **e) Pembangunan Kelompok Industri Media**

Pembangunan kelompok (kluster) dalam industri sudah lama diiktiraf sebagai kaedah yang berkesan bagi membangunkan sesuatu industri, ini kerana semakin banyak kemunculan industri khusus yang memerlukan polisi tertentu bagi strategi pertumbuhan kompetatif.

Keane (2006) menyatakan kelebihan kelompok media di Jepun, Hong Kong, China, Seoul dan Taipei (Taiwan) kerana hasil daripada gabungan kreativiti rakyat tempatan dan kehadiran dana kewangan antarabangsa. Tenaga kerja yang diasuh di universiti dan kolej, berinteraksi dengan idea dan cita rasa antarabangsa dan kewujudan industri kewangan dan periklanan mantap membantu pertumbuhan industri produk budaya dan industri kreatif. Hasilnya, kelompok berkenaan dapat mengeksport peranti



mudah alih berteknologi tinggi, perisian, perkakasan, perkhidmatan kewangan korporat, filem dan siri televisyen.

Otmazgin (2005:507) menjelaskan Bollywood yang menjadi pengeluar terbesar filem di dunia dengan menghasilkan 800 filem setahun dengan pasaran ke Selatan dan Tengah Asia, termasuk Asia Tenggara. Ia mempunyai pengaruh yang amat kuat di Singapura, Hong Kong dan Malaysia kerana kepelbagaian kaum yang ada. Beliau juga menyatakan Hong Kong memiliki industri filem ketiga terbesar di dunia selepas India dan Amerika. Dalam tahun 2003, misalnya, ia menerbitkan 79 filem yang meraih box-office dengan perolehan sebanyak US\$419 juta dan nilai eksport US\$1,050 juta dalam bentuk pita video, cakera laser dan cakera padat.

Akibat kemunculan negara baru dalam penerbitan filem itu sarjana komunikasi Keane (2006) menyimpulkan terma 'peripheral' yang selama ini dikaitkan dengan Asia tidak lagi relevan kerana pelbagai sebab, antaranya adalah kemunculan pasaran televisyen kabel dan satelit; peningkatan aktiviti produksi bersama antarabangsa; pertukaran genre dan format antara Barat dan Asia dan pertumbuhan kelas menengah di Asia menyebabkan Asia bukan lagi rantau yang hanya menerima lambakan filem dari Amerika Syarikat sebaliknya turut menjadi pengeksport produk budaya.

Cahdha dan Kavoori (2000: 416) mempunyai pendapat yang sama dengan Keane kerana kemunculan negara lain seperti Brazil Mexico dan Mesir yang menjadi pengeluar dan pengeksport produk budaya ke seluruh dunia bukan saja mengubah pengaliran produk budaya dari teras ke lingkaran malah turut mengubah model hegemoni yang diwakili menerusi penjajahan media.

Annebelle Sreberny (2000:96) menyatakan:

*"...Indeed the flow of televisual materials from Brazil to Portugal is one example of how contemporary cultural flows reverse the historic roles of imperialism, while Latin American telenovelas on Spanish television channels in the USA has been called 'reverse cultural imperialism'."*

Penerbit filem tempatan boleh menggunakan fenomena pengaliran produk budaya untuk mempromosikan Malaysia sebagai hub destinasi penggambaran selari dengan Dasar Filem Nasional (DFN) dan pada masa yang sama menjalinkan kerjasama dengan produksi antarabangsa untuk menerbitkan filem bagi pasaran antarabangsa dan tempatan. Menerusi Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN), kerajaan menyediakan dana sebanyak RM200 juta kepada penerbit tempatan untuk menerbitkan filem bagi meningkatkan daya saing industri filem tempatan.

### **2.2.1 Teori Kedekatan Budaya**

Ini menjelaskan pendekatan kedekatan budaya iaitu pemilihan filem untuk ditonton akan sentiasa mengikut kehendak penonton yang memiliki budaya atau sistem nilai yang hampir sama. Definisi yang diberikan terhadap kedekatan budaya adalah:

*"the theory which provides a hypothesis on how the audience will have preference for cultural products from countries with which they share cultural ties in recognition of their own culture."*

(Setijadi, 2005:198).

Mengikut Sabine (2006), definisi kedekatan budaya turut bermaksud berasal daripada negara atau rantau yang sama manakala bagi (Lee, Yoon & Sohn, 2002; Zaharopoulos, 1990) menyatakan frasa kedekatan budaya membawa erti bagaimana penonton melihat diri mereka berasaskan budaya yang serupa.

Bagaimanapun, sarjana yang dikaitkan dengan teori kedekatan budaya ialah Joseph Straubhaar yang menerbitkan esei bertajuk *Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity*, yang mana ia menarik perhatian pengkaji untuk menggunakan teori kedekatan budaya (cultural proximity) sebagai kerangka teori kajian. Menurut Straubhaar :

*“ They (local audiences) seems to prefer nationally or locally produced material that is closer to and reinforcing of traditional identities, based in regional, ethnic, dialect/language, religious and other elements.”*

Menurutnya kedekatan budaya wujud apabila :

*“A preference first for national material and when that cannot be filled in certain genres, there is a tendency to look next to regional cultural productions which are relatively more culturally proximate than those of “less-proximate” cultures such as the US.”*

(Setijadi, 2005:199).

Walaupun bahasa adalah komponen utama dalam teori kedekatan budaya namun aspek lain seperti agama, etnik dan komunikasi bukan bahasa turut diambil kira.

Straubhaar mengemukakan teori ini selepas melaksanakan kajian terhadap populariti tele novela Brazil yang dieksport ke Venezuela dan Argentina. Hasil kajiannya beliau mendapati populariti itu boleh dikaitkan dengan akar budaya yang sama antara penduduk di negara-negara berkenaan. Pada masa yang sama Starubhaar turut memperkenalkan istilah geo-budaya yang mana ia adalah sebahagian daripada elemen kedekatan budaya. Teori kedekatan budaya dibentuk menyamai satu lagi teori yang dikenali sebagai diskaun budaya yang diasaskan Hoskins dan Mirus (Setijadi, 2005:199). Teori diskaun budaya menyatakan penerbitan program televisyen yang berasaskan satu budaya akan kehilangan tarikan apabila program itu memasuki pasaran lain kerana penonton sukar untuk mengenal pasti nilai, kepercayaan dan corak kelakuan dalam program berkenaan.

Bagi menerangkan elemen kedekatan budaya, Straubhaar menyediakan satu topologi lapisan yang dimiliki individu hasil daripada pengalaman, pekerjaan dan

pendidikan yang diperoleh. Di dalam setiap diri ia memiliki struktur khusus daripada global kepada tempatan (dari atas ke bawah).

- i. Prasarana teknologi global, kewangan dan model media yang memiliki struktur lapisan khusus penerbitan, aliran dan pengenalan.
- ii. Empayar Amerika Syarikat berasaskan kekuatan struktur kuasa dan budaya Hollywood dan mewujudkan rangkaian antarabangsa bagi produksi bersama (co-production)
- iii. Pengeksport global lain – Amerika Latin menerbitkan telenovela, Jepun (anime) dan Bollywood
- iv. Penghasil budaya transnasional – berasaskan kepada bahasa, pasaran dan khalayak- secara geografi terpisah daripada bekas penjajah dan tertumpu kepada penduduk yang berhijrah membentuk diaspora – terutama mereka yang bertutur dalam bahasa Inggeris, Perancis dan Portugis.
- v. Penerbit serantau berasaskan budaya – geografi serantau, pasaran dan khalayak - dihubungkan menerusi persamaan budaya, sejarah dan kedekatan geografi misalnya, negara Normandik, negara Arab, China dan Amerika Latin.
- vi. Penerbit translokal, pasaran dan khalayak – misalnya perdagangan antara kawasan serantau misalnya India dan Hong Kong atau Amerika Syarikat, Mexico dan Kanada.
- vii. Penerbit kebangsaan, pasaran dan khalayak – pelbagai negara dari yang mana kerajaannya sangat berkuasa seperti China kepada yang huru hara tanpa kerajaan kuat seperti Somalia.
- viii. Penerbit serantau, pasaran dan khalayak – lebih kecil berbanding negara, sempadan negara adalah bertindih seperti Monterrey, Mexico dan Austin, Texas.

- ix. Penerbit metropolitan, pasaran dan khalayak – bandar raya global atau bandar raya media yang dirangkaikan kepada rangkaian global dan penerbitan dilakukan untuk tempatan, serantau, bangsa dan antarabangsa.
- x. Penerbit tempatan, pasaran dan khalayak – pada peringkat bandar raya, perbandaran dan kejiranan.

Bagi menjelaskan lapisan berkenaan, Straubhaar menyimpulkan empat isu dan teori yang meliputinya. Pertama, jelasnya, kemunculan dan pembangunan pelbagai lapisan merangkumi penerbitan media, pengaliran, pengenalan dan identiti. Kedua ia wujud dalam bentuk saling bertindak balas antara teknologi, kuasa politik dan ekonomi seperti pergerakan manusia dan pengembangan institusi media dan syarikat media dan ruang bagi media untuk mencipta identiti budaya dan menimbulkan minat kepada golongan etnik yang sama. Kesannya adalah pengembangan lapisan penerbitan dan penerimaan budaya pada peringkat global, kemunculan empayar eksport Amerika Syarikat, transnasional linguistik-budaya, transnasional geo-budaya, translokal, nasional, rantau, bandar raya global atau bandar raya media, metropolitan dan peringkat tempatan. Ketiga, walaupun wujud kebimbangan sebelum ini akan berlaku proses penghomogenan budaya dunia seperti yang dibimbing beberapa orang sarjana seperti Hamelink (1983) namun proses itu tidak berlaku sebaliknya apa yang berlaku adalah proses penghibridan budaya secara meluas. Dan keempat, sistem ini adalah dinamik dan kompleks yang mana ia sentiasa berubah terutama akibat pembabitan budaya, politik, ekonomi dan teknologi yang saling berinteraksi antara satu sama lain.

Antara pusat pengeluaran filem terbesar di Asia adalah Bollywood yang menghasilkan hampir 800 filem setahun mengatasi Amerika Syarikat yang menghasilkan lebih 700 filem setahun. Bagaimanapun, pengaruh Bollywood hanya lebih tertumpu kepada diaspora kaum India ke seluruh dunia dan benua kecil India. Ia

bukan pesaing kepada filem keluaran Hollywood walaupun kuantitinya lebih banyak berbanding Hollywood. Ini kerana filem Hollywood mencatatkan perolehan 750 kali ganda pada 1993 berbanding filem Bollywood (Lim dan Har, 2007). Begitu juga bagi Brazil dan Mexico yang menghasilkan telenovela khusus bagi negara yang menggunakan bahasa Portugis dan Sepanyol.

Teori kedekatan budaya turut mendapat perhatian sarjana komunikasi Asia misalnya, Iwabuchi (2002) menjelaskan populariti drama Jepun di Taiwan berdasarkan persepsi negara Jepun lebih maju dan moden berbanding Taiwan. Oleh itu, segala yang dipaparkan drama Jepun perlu dicontohi dan berpengaruh bagi masyarakat Taiwan yang menganggap Jepun lebih moden dari Taiwan dan segala symbol yang ditayangkan dalam drama atau filem Jepun adalah lambing kepada kemodenan. Kajian yang dijalankan sarjana komunikasi tempatan Azlanshah (2011) mendapati khalayak penonton wanita tempatan yang menonton drama Jepun, Korea Selatan, Filipina dan Indonesia berdasarkan kedekatan budaya yang mana penonton boleh menghubungkan pengalaman mereka dengan pengalaman yang dipaparkan menerusi drama berkenaan.

Pada masa yang sama Azlanshah (2011) menyatakan populariti drama Indonesia *Bawang Merah* dan *Bawang Putih* di kalangan penonton televisyen di negara ini kerana faktor kedekatan budaya iaitu persamaan versi cerita dongeng yang dikongsi antara rakyat tempatan dan rakyat Indonesia.

Korea Selatan memanfaatkan kedekatan budayanya dengan China dan rantau Asia untuk mengeksport filem dan program televisyen ke luar negara hingga menimbulkan fenomena Hallayyu – Ombak Korea (Korean Wave). Seorang lagi sarjana komunikasi Hesmondalgh (2011) mendapati kewujudan fenomena pasaran geo-budaya mempengaruhi pengaliran filem iaitu pengaliran produk budaya seperti filem dan televisyen adalah mengikut kawasan yang memiliki persamaan budaya. Ini boleh dilihat dengan kemasukan filem Bollywood, Tamil dan Hong Kong ke negara yang memiliki

kaum Cina dan India seperti Malaysia. Kejayaan syarikat Les Copaque yang memasuki pasaran Indonesia menerusi animasi *Upin dan Ipin* menunjukkan faktor kedekatan budaya serantau dan geo-budaya memainkan peranan penting. Begitu juga kejayaan filem tempatan *The Journey* yang mengutip RM17.6 juta sebagai bukti sokongan peminat filem tempatan kepada filem yang mengetengahkan budaya tempatan dalam filem.

Kajian ini ingin mengenal pasti bagaimana Malaysia dapat memanfaatkan fenomena yang sedang berlaku sekarang pada peringkat global dan serantau untuk membangunkan industri filemnya dan mengeksport terutama fenomena pasaran geo-budaya. Ini kerana Malaysia dikelilingi lebih 300 juta penutur bahasa Melayu di rantau Asia Tenggara dan Asia. Untuk membolehkan negara menjadi antara pengeksport produk budaya status industri filem tempatan dan perspektif khalayak terhadap filem yang ditonton perlu dikenal pasti.

Kedua-dua teori yang dipilih dapat diaplikasikan kepada kajian yang dijalankan kerana setiap satu dapat menerangkan fenomena yang dikaji. Misalnya, teori kedekatan budaya membolehkan syarikat penerbitan filem tempatan menerokai pasaran antarabangsa yang memiliki akar budaya yang sama seperti rakyat di negara ini.

### **2.3 Sorotan Susastera**

Pengkaji tempatan turut melakukan kajian terhadap industri filem tempatan dan khalayak. Antaranya Fauziah Kartini, Paridah Ibrahim dan Safar Hashim (2009) yang menjalankan kajian terhadap pola tontonan khalayak filem dan beliau mendapati ada tiga kelompok khalayak filem tempatan iaitu – khalayak yang menonton kerana jalan cerita, khalayak yang ingin melihat teknologi digunakan dan khalayak yang menonton filem semata-mata kerana hiburan. Kajian yang dijalankan itu merumuskan wujud pertalian erat antara bajet filem, mutu filem dan penonton. Kekurangan bajet

menyebabkan mutu filem terhasil akan rendah dan penonton enggan menonton di panggung, seterusnya mendatangkan kerugian kepada penerbit. Fauziah menyimpulkan kajiannya dengan menyatakan filem cereka tempatan ada penontonnya. Penerbit perlu kreatif menggarap cerita yang memenuhi sasaran khalayak serta melaksanakan promosi yang mantap, kerana kejayaan filem bukan terletak semata-mata kepada skrip dan lakonan malah lebih banyak terletak kepada perancangan rapl, termasuk promosi dan tarikh tayangan.

Juliana Abdul Wahab dan Mahyudin Ahmad (2009) mengkaji ideologi dominan yang ditunjukkan dalam filem tempatan. Mereka mengkaji dan menganalisis kandungan filem terlaris terpilih seperti *Anak Mami Kembali*, *XX Ray* dan *Gangster* untuk mengkaji tema, plot, makna dan mesej yang terdapat di dalamnya yang dilihat mampu menstrukturkan proses pengeluaran makna kepada masyarakat. Hasil kajian yang dijalankan itu mendapati filem terlaris berkenaan menyokong ideologi dominan dan mengesahkan order sosial sedia ada dalam masyarakat. Filem yang dikaji itu tidak cuba mempersoalkan order sosial sedia ada sebaliknya imej sinematik yang dipaparkan digunakan untuk mengesahkan gambaran mengenai masyarakat yang seolah-olah semula jadi dan seimbang.

Kajian kebolehan tontonan (watching competencies) drama yang diimport dari luar sama ada dari Amerika Syarikat, Jepun, Korea Selatan, Filipina yang dijalankan Md Azlanshah (2011) terhadap golongan wanita di Kota Tinggi mendapati mereka secara aktif memilih nilai yang hendak diterima atau ditolak berasaskan nilai agama Islam yang ada di dalam jiwa mereka. Nilai yang selari dengan Islam akan diterima manakala bertentangan akan ditolak.

Pada masa yang sama Virmala Perumal et.al dari Universiti Multimedia melaksanakan kajian terhadap penerbit indie pada 2012 yang mana beliau mendapati penerbit indie mengalami masalah yang sama dengan penerbit filem arus perdana untuk



menayangkan filem mereka. Penerbit filem indie seringkali mengalami kekangan perbelanjaan dan terpaksa melaksanakan kerja berbilang tugas ketika penggambaran dan suntingan. Namun di sebalik kekangan yang dihadapi beberapa filem terbitan penerbit indie mendapat sambutan peminat filem tempatan antaranya *The Big Durian* yang mendapat undangan untuk ditayangkan di Festival Filem Sundance di Amerika Syarikat pada tahun 2000. Di Malaysia ada dua jenis penerbit iaitu penerbit arus perdana seperti Tayangan Unggul, MIG, Skop Productions Sdn Bhd dan penerbit filem Indie seperti Amir Muhammad dan Ho Yuhang.

Kajian yang dijalankan Herwina Rosnan dan Zarith Delaila Abdul Aziz daripada UiTM pada tahun 2012 mendapati kerajaan hanya menyedari potensi filem sebagai sumber menjana pendapatan kepada Negara pada tahun 1970-an sedangkan industri filem sudah lama bertapak di negara ini, sejak 1933. Kajian ini secara ringkas melihat cabaran dan peluang yang dihadapi industri filem tempatan. Mereka berpendapat jumlah filem yang dihasilkan iaitu 30 tajuk setahun tidak memadai kerana bilangan filem asing yang masuk lebih 300 tajuk setahun. Kemasukan itu kerana Malaysia tidak melindungi industri filem tempatan kerana hanya memerlukan dua syarat untuk tayangan di panggung iaitu mendapat kelulusan Lembaga Penapisan Filem, Kementerian Dalam Negeri dan menyediakan sari kata dalam bahasa Melayu.

Kajian Jamaluddin Aziz, Hasrul Hashim dan Faridah Ibrahim (2014) mendapati industri filem tempatan perlu melaksanakan transformasi iaitu meningkatkan kualiti dalam semua aspek merangkumi skrip, penceritaan, penerbitan, penggunaan lebih banyak teknologi janaan computer (CGI) dan kreativiti. Ini kerana untuk menerokai pasaran antarabangsa filem tempatan yang dihasilkan perlu menepati piawaian antarabangsa. Peningkatan kualiti filem tempatan itu selari dengan hasrat kerajaan menerusi program transformasi ekonomi yang berhasrat meletakkan Malaysia sebagai antara negara penerbitan filem dunia. Untuk itu FINAS dan Multimedia Development

Corp Bhd (MDeC) perlu bekerjasama membangunkan industri kreatif negara dengan menjadikan penerbitan filem sebagai satu inisiatif perniagaan. Selain itu, menerusi program transformasi berkenaan galakkan untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat penggambaran filem antarabangsa turut di perkasa berdasarkan inisiatif *Film in Malaysia Incentive* dan *Creative Malaysia* dan pemberian dana RM200 juta oleh kerajaan.

Bagi penyelidik Mohd Daly Daud, Nursyamimi Harun dan Md. Rozalafri Johori (2014) yang mengkaji aspek isu penulisan skrip dalam industri kreatif iaitu televisyen dan filem. Antara hasil dapatan kajian itu mendapati penulis skrip di negara ini kurang melakukan penyelidikan, penguasaan bahasa yang lemah, tiada jati diri, skrip terlalu berat, bakat baru yang tidak terlatih, bayaran diterima terlalu rendah dan penulis skrip kurang membaca. Kurangnya perhatian terhadap penulisan skrip menjejaskan penerbitan filem kerana asas kepada penerbitan filem adalah skrip, tanpa skrip yang kuat, cerita yang hendak dipersembahkan menjadi hambar dan stereotaip. Ini menyebabkan kitaran idea sama berulang kali dipertontonkan kepada khalayak filem tempatan. Isu utama dalam bidang penulisan ialah bayaran yang diterima adalah rendah ini menyebabkan kreativiti mereka terbatas dan penyelidikan tidak dapat dilakukan. Selain itu kurangnya penyertaan golongan profesional menghasilkan skrip menyebabkan cerita yang sama disiarkan berulang kali.

Selain skrip dan transformasi industri filem tempatan; Hasrul Hashim, Jamaluddin Aziz dan Faridah Ibrahim (2014) dalam kajian yang lain melihat penggunaan imej janaan computer (CGI) dalam filem tempatan. Kajian mereka mendapati filem tempatan ada memanfaatkan teknologi CGI, antaranya filem *Syukur 21* terbitan Metro wealth International Group pada tahun 2000 yang menggunakan lebih 10 minit CGI dalam filem berkenaan. Antara syarikat tempatan yang aktif menggunakan CGI dalam pembikinan filem adalah KRU Studios dan Les Copaque Sdn Bhd. Filem

*Cicak Man* (2006), *Cicak Man 2: Planet Hitam* (2008), *Cicak Man 3* (2015) terbitan KRU manakala *Geng: Pengembaraan Bermula* (2009) terbitan Les Copaque. Penggunaan CGI dalam filem turut meningkat apabila satu kategori khusus iaitu kesan visual terbaik diwujudkan dalam Festival Filem Malaysia ke 24 pada tahun 2012. Antara filem yang bertanding untuk kategori berkenaan adalah *Libas* (2011), *Khurafat* (2011), *Karak* (2011) dan *Hikayat Merong Maha wangsa* (2011). Dapatan kajian juga mendapati kerajaan menyediakan bantuan menerusi Dana Kesan Khas kandungan komunikasi dan prasarana untuk membantu karyawan filem tempatan.

Wujud perbezaan kajian yang dilakukan penyelidik berbanding kajian lepas seperti yang dinyatakan dalam sorotan susastera di atas. Penyelidik berhasrat melihat hubungan antara industri filem tempatan dengan pengaliran kontra filem Asia iaitu bagaimana industri filem tempatan dapat mengambil kesempatan terhadap gelombang filem Asia seperti kemunculan banyak pusat pengeluaran filem seperti Jepun dan Korea Selatan yang banyak mengeksport filem mereka ke seluruh dunia, untuk turut sama mengeksport filem tempatan dan penggunaan kedekatan budaya sebagai strategi pemasaran (sudah dibuktikan melalui kejayaan *Upin* dan *Ipin* menembusi pasaran Indonesia). Kedua – untuk muncul sebagai pusat penerbitan filem industri filem Malaysia harus di perkasa. Bagi tujuan itu status industri filem tempatan perlu diketahui bagi menyediakan polisi dan ekosistem produktif. Ketiga –sambutan penonton tempatan terhadap filem tempatan kerana walaupun bilangan filem asing terutama Hollywood yang masuk ke negara ini adalah tinggi namun penonton tempatan masih lagi ingin menonton filem tempatan kerana factor kedekatan budaya. Dan keempat - model yang dapat menerang dan merumuskan semua permasalahan kajian.

## **2.4 Dua Negara Contoh Dalam Industri Perfileman**

Dua negara Asia dipilih dalam perbincangan tesis ini berdasarkan kemampuan mereka membangunkan industri perfileman masing-masing yang mana sebelum ini merosot dan kini berjaya mengeksport filem masing-masing. Dua negara berkenaan adalah Singapura dan Korea Selatan yang masing-masing melaksanakan pelbagai strategi untuk membangunkan industri filem mereka serta menjadikan industri filem sebagai satu daripada produk yang dieksport. Singapura menggunakan kaedah produksi bersama (co-production) dengan syarikat perfileman antarabangsa (termasuk dari Hollywood) manakala Korea Selatan memanfaatkan gabungan antara dana bantuan kerajaan dan pelaburan oleh rakyat mereka yang menyumbangkan wang masing-masing bagi menjayakan proses penerbitan filem tempatan serta mencontohi model penerbitan Hollywood untuk penghasilan filemnya.

### **2.4.1 Singapura**

Singapura sebagai pusat perfileman Asia Tenggara pada 1940-an hingga 1960-an, banyak menerbitkan filem Melayu yang diterajui Shaw Brothers, Cathay-Kris dan beberapa syarikat kecil. Pada masa itu, Shaw Brothers menubuhkan studio Malay Film Production (MFP) di Jalan Ampas yang banyak menerbitkan filem Melayu. Ia juga banyak melahirkan bintang filem terkenal seperti Tan Sri P Ramlee, Ahmad Nisfu, Sarimah, Saadiah dan Tan Sri Jins Shamsuddin.

Bagaimanapun kegemilangan Singapura sebagai pusat penerbitan filem di Asia Tenggara tenggelam selepas ia berpisah dengan Malaysia pada 1963, yang mana akibat perpisahan itu ramai tenaga kerja produksi, termasuk pelakon yang berhijrah ke Malaysia dan menubuhkan studio perfileman di Kuala Lumpur. Akibat pengenalan televisyen di Tanah Melayu dan Singapura pada tahun 1963, penonton lebih gemar menonton program televisyen di rumah dan ini menjejaskan kutipan tiket di panggung.

Akibatnya, banyak syarikat perfileman gulung tikar atau memindahkan lokasi perniagaan ke tempat lain. Misalnya, Shaw Brothers memindahkan ibu pejabatnya ke Hong Kong dan menubuhkan Merdeka Film Productions di Kuala Lumpur, Malaysia serta menjadikan Kuala Lumpur sebagai pusat perfileman.

Tilakawardana (2005) menjelaskan, kerajaan republik itu mengambil beberapa langkah asas untuk membangunkan semula industri perfileman di negara berkenaan pada dekad 90-an. Antaranya Lembaga Pembangunan Singapura (EDB) menawarkan biasiswa kepada rakyat Singapura untuk mempelajari bidang perfileman di luar negara dan pemberian dana berjumlah RM14 juta dolar kepada Politeknik Ngee Ann untuk membangunkan kemudahan latihan perfileman.

Pada masa yang sama, Tilakawardana menghuraikan usaha promosi pada peringkat antarabangsa giat dijalankan bagi memperkenalkan Singapura sebagai pusat perfileman Asia. Hasil daripada promosi berkenaan, pelabur dari luar negara dan tempatan mula menunjukkan minat untuk melabur. Birch (1996) dalam Tilakawardana (2005) menyatakan beberapa syarikat filem antarabangsa mula melabur di Singapura, antaranya Legend Media, Hemdale Asia Pacific, Five Stone Studio, Serene Productions, Movie Impact, Warner Brothers, Nippon Film Development and Financing Inc (NDF Inc), Orient Films, Wiseguys, Kingfisher Productions, Cineasia Entertainment Group, Carrie Films, Mandarin Films Singapore and Jaytex Productions. Hasil kemasukan pelabur antarabangsa dan tempatan itu, industri perfileman di Singapura mula rancak, beberapa studio dibina sebagai pusat penggambaran filem. Tang Dynasty Village, sebuah taman tema dibina dan pada masa yang sama ia berperanan sebagai pusat penerbitan filem dan televisyen. Sebuah kompleks studio dibina syarikat Singapura, International Media Group of Companies dengan pelaburan sebanyak S\$120 juta dolar yang dikenali sebagai Tuas Television World manakala Legend Media membangunkan kompleks studio berjumlah S\$22 juta di Changi. Sebahagian syarikat perfileman lain

seperti Hemdale Asia Pacific membuka pejabat di Singapura dengan cadangan menubuhkan studio pasca penerbitan pada 1996. Sebuah syarikat perfileman Hollywood, Warner Bros melahirkan minat untuk melabur sebanyak S\$30 juta dolar bagi menubuhkan dana pelaburan bagi membiayai penerbitan filem berbahasa Mandarin atau Kantonis bagi pasaran China (ibid).

Pemilihan Singapura sebagai pusat penerbitan filem Asia yang baru akibat daripada penyerahan kembali Hong Kong kepada China pada 1997 yang menyebabkan ramai pelabur dan pemilik syarikat perfileman memindahkan operasi mereka dari Hong Kong ke Singapura. Teh (1993) dalam Tilakawardana (2005), menyatakan hasil daripada petikan majalah The Business Times Singapura, Ketua Eksekutif NDF Inc, Satoru Iseki berkata:

*“...Many of people in the movie industry in Hong Kong have Singapore passports. When 1997 comes, the industry will eventually come to Singapore.”*

Menyedari potensi besar yang mampu disumbangkan industri filem kepada ekonomi Singapura, pada Julai 2003, kerajaan republik berkenaan menubuhkan Pihak Berkuasa Pembangunan Media (MDA). MDA pada Januari 2003 adalah badan berkanun yang menggabungkan Singapore Broadcasting Corp, Jabatan Penerbitan dan Filem serta Suruhanjaya Filem Singapura dengan matlamat utama membangunkan industri perfileman tempatan dan mempromosikan republik berkenaan sebagai bandar raya media (Ling dan Aquilia, 2006). Pada Julai 2003, MDA memperkenalkan Pelan 21. Pelan 21 adalah rangka kerja untuk meningkatkan Keluaran Negara Kasar (KNK) bagi republik berkenaan yang bakal disumbangkan industri media daripada 1.5 peratus kepada 10 peratus dalam tempoh 10 tahun. Sebanyak S\$164 juta diperuntukkan bagi pembangunan industri budaya, termasuk filem. Antara intipati Pelan 21 adalah menarik

lebih ramai pengeluar dan pengarah antarabangsa menggunakan Singapura sebagai lokasi penggambaran, termasuk skim “Film in Singapore”. Untuk memberi inisiatif khas kepada pengarah dan penerbit antarabangsa, sebanyak S\$10 juta dolar diperuntukkan bagi tempoh tiga tahun. Inisiatif itu menawarkan subsidi sehingga 50 peratus daripada perbelanjaan yang ditanggung penerbit atau pengarah antarabangsa ketika melakukan penggambaran di Singapura. Subsidi akan diberikan berdasarkan perbelanjaan produksi antarabangsa seperti mengupah pelakon tempatan, kakitangan produksi, perkhidmatan pasca penerbitan, penyewaan peralatan produksi, tambang kapal terbang, penginapan dan pakar lokasi.

Singapura menyedari untuk membangunkan industri filem yang berdaya maju dan berdaya saing mereka perlu bersaing dengan banyak peserta industri yang berpengalaman dan lebih kukuh kedudukan mereka dalam industri berkenaan. Untuk tujuan, strategi utama mereka adalah menjalankan produksi bersama (co-production) dengan syarikat perfileman antarabangsa. Untuk melaksanakan agenda berkenaan, Singapura menubuhkan Suruhanjaya Program Pelaburan Ko-Produksi Filem Singapura (SFCCPIP) yang diletakkan menerusi Suruhanjaya Filem Singapura. Objektif utama penubuhan SFCCPIP adalah menyediakan dana bagi program produksi bersama syarikat perfileman antarabangsa dengan tujuan untuk memasarkan filem berkenaan ke peringkat antarabangsa dan pada masa yang sama mendapatkan balik pelaburan dan mencatatkan keuntungan hasil daripada projek usaha sama itu. Sejumlah S\$500,000 disediakan bagi syarikat perfileman tempatan yang menyertai usaha sama itu. Perbezaan langkah Singapura memperkenalkan projek usaha sama itu berbanding negara lain adalah tidak menggunakan insentif cukai sebagai daya tarikan kepada pelabur (Tilakawardana, 2005).

Filem usaha sama antara syarikat perfileman Singapura dan syarikat perfileman dari Hong Kong menerusi langkah produksi bersama adalah *Rice Rhapsody* yang

menjalani penggambaran sepenuhnya di Singapura. Bagi menggalakkan lagi perkembangan industri perfileman Singapura menerusi langkah usaha sama itu, Television Corporation of Singapore (TCS) menubuhkan Raintree Pictures. Raintree Pictures yang aktif menerbitkan filem usaha sama antara yang berjaya adalah, *The Tree*, *The Eye* dan *The Infernal Affairs III*. Selain itu, Raintree Pictures turut bekerjasama dengan Warner Bros Pictures menerbitkan filem bagi pasaran Singapura, Taiwan dan Hong Kong. Warner Bros pula bekerjasama dengan Raintree Pictures dan Milkyway Image dari Hong Kong untuk menerbitkan filem *Turn Left Turn Right* pada 2003. Pada Januari 2004, MDA menyertai Raintree Pictures dan Silicon Illusions menerbitkan *Sing to the Dawn* dengan kos sebanyak S\$2.5 juta. Filem ini adalah yang pertama diterbitkan menerusi program 10 filem MDA-Raintree manakala kerjasama antara SFC, MDA dan Raintree Pictures menerbitkan *1<sup>st</sup> Cut* yang mana masing-masing melabur sebanyak S\$150,000 dan rakaman telemovie pertama menggunakan kamera berdefinisi tinggi. Segala aktiviti berkenaan menjelaskan kepentingan Raintree Pictures kepada Singapura bagi memacu industri perfileman tempatan.

Industri filem Singapura terus menerima suntikan syarikat perfileman antarabangsa apabila Lucas film Studio memilih republik berkenaan sebagai pusat penerbitan animasi nya dengan menubuhkan studio animasi pada 2004. Pengumuman Lucas film mengejutkan pemerhati filem antarabangsa termasuk Hollywood. Tilakawardana (2005) menyatakan projek berkenaan hasil perkongsian antara Lucas film yang menguasai 75 peratus daripada projek usaha sama berkenaan dan bakinya dimiliki konsortium yang terdiri daripada Lembaga Pembangunan Ekonomi Singapura, Creative Technology Ltd dan firma pelaburan Stardust. Ketika mengulas pemilihan Singapura sebagai pusat penerbitan animasi nya, George Lucas berkata, kepelbagaian budaya yang ada di Singapura dan taraf hidupnya yang tinggi dapat menarik bakat-bakat hebat dari seluruh dunia di samping akta hak cipta yang mantap bagi menghalang



aktiviti cetak rompak. Sementara itu, Presiden Lucas film, Micheline Chau menyifatkan republik itu memiliki perlindungan harta intelek yang kukuh di Asia berbanding negara lain di rantau berkenaan, DVD cetak rompak akan berada di pasaran hanya beberapa hari filem berkenaan ditayangkan. Katanya, Malaysia dan Thailand memberikan risiko yang tinggi kepada Lucas film jika ia memilih negara berkenaan sebagai pusat animasi nya kerana memiliki penguatkuasaan undang-undang hak cipta yang lemah.

The Independent terbitan Ogos 2004 dalam Tilakawardana (2005) melaporkan studio animasi Lucas film di Singapura akan menumpukan kepada kerja-kerja penerbitan bagi filem cereka animasi, televisyen dan permainan komputer. Bagaimanapun pekerja kreatif seperti penulis skrip dan pereka bentuk grafik tidak akan berpindah dari California ke Singapura. Bagaimanapun, The Edge Singapura (30 Ogos 2004) dalam laporannya menyifatkan tindakan Lucas film itu tidak lebih hanya mendirikan kilang berteknologi rendah dan mengeksploitasi tenaga buruh dengan upah yang murah. Menyertai Lucas film adalah BKN International dari Jerman yang banyak menerbitkan filem animasi seperti *Legend of the dragon* dan *Ali Baba and the forty thieves*.

Selain daripada menarik syarikat perfileman Hollywood, Singapura juga mengadakan kerjasama dengan syarikat penerbitan New Zealand apabila menerbitkan filem animasi 3D bertajuk *Master Raindrop* hasil produksi bersama antara Big Communications dari Singapura dan Flux Animation Studio dari New Zealand.

Singapura melancarkan pelan tindakan media nasionalnya, Pelan Penggabungan Media Singapura (SMFP), bagi menjadikan negara itu sebagai ibu kota global yang dipercayai bagi semua media Asia. Pelan itu dilancarkan pada Broadcast Asia 2009, Ekspo Singapura, akan dikaitkan dengan inisiatif lain bagi memperkukuh ekosistem media negara, menyuntik pewujudan kandungan inovatif dan perkhidmatan yang

menarik minat global, serta membangunkan bakat bertaraf dunia bagi menyokong industri berkenaan (Bernama, 16 Jun 2009).

Ketua Eksekutif Lembaga Pembangunan Singapura (MDA), Dr Christopher Chia berkata pelan itu yang menyokong peralihan republik tersebut kepada ekonomi kreatif, merupakan respons terhadap landskap global yang berubah. Beliau menyifatkan sektor media kini berada di tengah-tengah perubahan dinamik, dipacu pertumpuan serta kebangkitan Asia sebagai kuasa utama dalam kandungan dan pasaran paling berpengaruh di dunia.

Chia berkata pelan itu akan membantu syarikat-syarikat Singapura merebut peluang-peluang dalam media baru Asia, sama ada dalam kandungan, perkhidmatan atau aplikasi, dan memanfaatkan kekuatan negara dan lokasinya yang strategik dalam gerbang Timur-Barat. SMFP menggariskan tiga strategi bagi memacu ke hadapan sektor media, iaitu menyediakan persekitaran terbaik untuk perniagaan media, memanfaatkan penyelidikan dan pembangunan dalam membantu sektor media mengeksplorasi peluang-peluang baru dalam rangkaian nilai media digital, dan menghubungkan industri itu kepada dunia bagi meningkatkan minat antarabangsa terhadap kandungan, aplikasi dan perkhidmatan buatan Singapura. Dana bernilai S\$230 juta diperuntukkan untuk memacu inisiatif berkenaan dan sejumlah S\$500 juta sudah dikhususkan untuk penyelidikan dan pembangunan media digital interaktif.

Selepas dianalisis apa yang sudah dan sedang dilakukan Singapura, Tilakawardana (2005), menyimpulkan bahawa Singapura memanfaatkan dua kelebihan utama yang ada padanya untuk muncul sebagai hub perfileman Asia iaitu hub bagi perkhidmatan sumber luar dan industri perkhidmatan serta pembiayaan bagi penerbitan filem. Namun perkembangan industri perfileman di rantau Asia dan Asia Tenggara tidak memungkinkan Singapura muncul seperti Hollywood sebagai satu-satunya pusat penerbitan utama malah akan muncul apa yang disifatkan Tilakawardana (2005) sebagai

hubungan ‘pesaing – bekerjasama’ (competitor-collaborator) antara negara-negara di Asia. Yang mana setiap syarikat dari negara di Asia bekerjasama atau bersaing sesama mereka untuk menerbitkan filem secara produksi bersama.

Bagaimanapun, tumpuan utama republik itu terhadap aktiviti produksi bersama dengan syarikat perfileman antarabangsa menyebabkan industri perfileman tempatan sedikit ‘terabai’. Hasil kajian yang dilakukan Sekolah Perniagaan Universiti Teknologi Nanyang yang pada 1999 mengenal pasti enam faktor kritikal yang amat dititikberatkan penonton filem tempatan terhadap kecenderungan mereka yang gemar menonton filem terbitan tempatan berbanding filem import. Antaranya, mereka hendak menyaksikan penggunaan bahasa Inggeris versi Singapura yang dikenali sebagai Singlish; imej atau ikon tempatan seperti bintang filem tempatan atau lokasi; cerita yang mendapat penarafan bimbingan ibu bapa (PG) dan filem yang dibiayai oleh dana kerajaan. Penonton filem di Singapura tidak berminat dengan belanja tinggi yang dikeluarkan untuk menerbitkan filem sebaliknya lebih berminat kepada cerita tempatan yang dipaparkan.

Walaupun penonton Singapura meminati filem tempatan yang memaparkan isu setempat namun garis panduan Lembaga Penapisan Filem Singapura yang ketat menyebabkan banyak filem yang dihasilkan penerbit tempatan dihalang untuk ditonton di panggung atau perlu dilakukan suntingan babak tertentu yang disifatkan sebagai sensitif (Ling dan Aquilia, 2006). Antara filem yang tidak dibenarkan ditayangkan atau perlu disunting semula di Singapura adalah *15* (kisah mengenai gangsterism remaja di Singapura), *Rice Rhapsody* (kisah mengenai sebuah keluarga yang cuba mengubah sikap gay anak lelaki mereka) dan *Perth: The Geylang Massacre* kerana filem-filem berkenaan didakwa mencalar imej Singapura pada peringkat antarabangsa yang mana republik itu dikenali kerana kebersihan dan bebas daripada jenayah. Namun filem berkenaan ditayangkan pada festival filem di luar negara (ibid).

#### **2.4.2 Korea Selatan**

Industri perfileman Korea Selatan pernah mengalami kemerosotan antara tahun 1970-an hingga 1990an. Jumlah kehadiran penonton di panggung merosot kepada 47 juta, dengan penerbitan 51 filem tempatan berbanding 73 diimport pada tahun 1986. Pada masa yang sama jumlah skrin tayangan juga turut merosot bilangannya daripada 717 pada tahun 1971 kepada 640 dalam tahun 1986 (Dal, 2006). Menurut Suruhanjaya Filem Korea, peratusan penguasaan filem tempatan turut terperosok jatuh kepada 15.9 peratus pada tahun 1993 dan berdasarkan statistik yang dikeluarkan Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Korea (2002), eksport filem Korea paling rendah dicatatkan pada 1985, dengan hanya mengeksport dua filem dan meraih pendapatan sebanyak US\$20,000 berbanding 253 filem pada 1970 dan 102 filem pada 2001 dengan pendapatan sebanyak US\$11.2 juta.

Menurut Leong (2002) dan Dal (2006), ada beberapa faktor yang menyumbang kepada kemerosotan penerbitan filem tempatan di Korea Selatan. Antaranya faktor luaran dan dalaman. Bagi faktor dalaman, ia akibat daripada pengenalan televisyen sama ada hitam putih atau warna yang mendapat sambutan penduduk Korea Selatan; polisi kerajaan yang disifatkan sebagai autoritarian yang mengawal ketat media, termasuk syarikat penerbitan filem menerusi kaedah pemilikan dan undang-undang. Kerajaan misalnya, memperkenalkan peraturan sistem pendaftaran yang mana hanya syarikat filem yang mendaftar dengan kerajaan dibenarkan menerbitkan dan mengimport filem. Sebagai tambahan, kerajaan mensyaratkan penerbit filem yang menggunakan kamera 35 mm dan memiliki studio melebihi 661 meter persegi dan serta menerbitkan lebih 15 filem setahun turut mendaftar. Kesan daripada dasar berkenaan, hanya wujud 24 syarikat filem dan perkembangan industri perfileman Korea Selatan 'terbantut'.

Pada masa yang sama, Korea Selatan menerima tekanan kuat dari Amerika Syarikat menerusi syarikat transnasionalnya dan Wakil Perdagangan Amerika (USTR)

yang menggunakan Seksyen 301 Akta Dagangan 1974 untuk membuka pasaran bagi sektor insurans, tembakau, arak dan filem tetapi pada masa yang sama melindungi harta intelek milik Amerika Syarikat di Korea Selatan (Ibid). Bagi mengurangkan tekanan itu, Presiden Korea Selatan, Roh Tae Woo (memerintah antara 1988 hingga 1993) membenarkan pengedaran filem di Korea Selatan dilakukan syarikat transnasional pada tahun 1988. Akibat daripada kebenaran yang diberikan, syarikat transnasional perfileman antarabangsa seperti 20<sup>th</sup> Century Fox, Warner Brothers, Columbia, United International Pictures (UIP), Buena Vista, Tristar-Columbia dan Walt Disney menubuhkan cawangan masing-masing di Korea. Oleh kerana dasar berkenaan, Korea mengimport 818 filem asing antara 1988 hingga 2001 dan ia menjadi antara pasaran penting filem Hollywood. Pada masa yang sama pasaran video Korea turut dikuasai syarikat Hollywood apabila filem Hollywood dalam bentuk video menguasai 90 peratus daripada pasaran berkenaan.

Bagaimanapun perubahan mula terlihat apabila pentadbiran Korea Selatan diterajui Presiden Kim Young Sam (mentadbir antara 1993 hingga 1998) menyedari tekanan yang diberikan akibat proses globalisasi, terutama tekanan yang dikenakan Amerika Syarikat dan negara Barat terhadap ekonomi Korea sekali gus mampu menjejaskan daya saing negara berkenaan pada peringkat dunia untuk tempoh jangka masa panjang. Kim melancarkan rancangan *seggyehwa* yang membawa maksud globalisasi yang mana rancangan ini pada awalnya membuka pasaran Korea yang tertutup namun ia diperluaskan kepada aspek politik, budaya dan sosial (Dal, 2006).

Kejayaan syarikat gergasi Jepun Sony dan Matsushita menguasai syarikat perfileman Hollywood, Columbia Pictures dan syarikat muzik, CBS Records menjadi pemangkin kepada syarikat elektronik Korea Selatan melaksanakan perkara yang sama. Kerajaan Korea Selatan mencadangkan agar syarikat gergasi nya melabur dalam bidang filem dan muzik, terutama membeli studio penerbitan Hollywood dan studio rakaman

muzik serta syarikat pengeluar perisian. Polisi berkenaan menjadi titik tolak peralihan bagi industri filem Korea Selatan kerana Chaebol (syarikat gergasi Korea Selatan yang dimiliki keluarga) mengikut arahan yang diberikan kerajaan untuk melabur dalam industri berkenaan. Antaranya adalah Samsung yang melabur dalam bidang berkenaan dengan menubuhkan Samsung Entertainment Group pada 1995 dan menceburi bidang filem, muzik dan perniagaan kabel televisyen. Langkah Samsung itu dituruti Hyundai, Daewoo dan SK yang melabur dalam perniagaan filem.

Syarikat gergasi milik Korea Selatan bukan satu-satunya yang melabur dalam industri filem tempatan. Syarikat modal teroka (venture capital) turut sama melabur dalam industri perfileman tempatan yang disifatkan membawa pulangan menguntungkan. Hasil daripada perubahan polisi, minat yang ditunjukkan peminat filem tempatan dan perkembangan pesat industri perfileman Korea Selatan, bilangan syarikat yang terbabit dalam industri berkenaan turut meningkat kepada 981 pada 2001 (Doboo, 2006; Dal, 2006; Leong 2002). Bagaimanapun, Korea Selatan turut memperkenalkan skim kewangan berbentuk dana pelaburan bagi membantu membiayai penerbitan filem mereka. Skim kewangan yang diperkenalkan Korea Cinema Service diuruskan Hana Bank dikenali sebagai Dana Amanah Hana Cinema No 1 dengan jumlah saiz dana sebanyak AS\$7.8 juta pada Disember 2001 (Ibid).

Selain itu, wujud satu lagi sumber kewangan bagi membiayai penerbitan filem membabitkan orang ramai. Ia dikenali sebagai Dana Rakyat (Netizen Fund) yang mana rakyat Korea berpeluang melabur dalam pembikinan filem dan keuntungan akan diagihkan kepada mereka jika filem itu berjaya mencapai status 'pecah panggung'. Dana Netizen yang mula diperkenalkan pada tahun 1999, dimulakan oleh syarikat produksi BOM yang mempelawa peminat dan rakyat Korea Selatan melabur dalam dana berjumlah AS\$85,000. Dan ia mengambil masa selama 40 hari bagi mengumpul duit menerusi dana berkenaan dan sebanyak 200 rakyat Korea Selatan melabur

sebanyak AS\$425 dolar setiap seorang dan mampu memberikan pulangan sebanyak 200 peratus kepada setiap pelabur. Dana rakyat kedua diperkenalkan pada Mac 2001, bagi penerbitan filem *Friend*, menarik 100 pelabur dalam tempoh seminit dan mereka menerima pulangan sebanyak 250 peratus. Selepas dua kejayaan berturut-turut dalam pembiayaan menerusi dana rakyat, lebih banyak filem dapat diterbitkan menerusi kaedah yang sama, antaranya adalah *Libera Me*, *Humanist* dan *Sassy Girl*. Bagaimanapun, kaedah dana rakyat ini walaupun unik dan menguntungkan namun memiliki kelemahan. Antara kelemahan paling utama adalah apabila filem yang diterbitkan menerusi dana berkenaan gagal mendapat status ‘pecah panggung’, akibatnya mereka tidak dapat membayar pelaburan orang ramai.

Bagi menyokong perkembangan industri filem tempatan, kerajaan Korea Selatan menggubal Undang-Undang Promosi Filem pada 1995 dengan tujuan utama menyediakan pelbagai insentif, termasuk pelepasan cukai kepada studio perfileman sebagai galakan kepada *Chaebol* melabur dalam industri berkenaan. Ini kerana penyertaan *Chaebol* yang memiliki jaringan perniagaan di seluruh dunia boleh memanfaatkan rangkaian berkenaan untuk memasarkan filem terbitan mereka. Perubahan polisi yang diperkenalkan kerajaan Korea Selatan itu menjadi rangsangan kepada pertumbuhan pesat industri perfileman tempatan. Filem tempatan menguasai carta filem terlaris di Korea Selatan.

Bagaimanapun, menurut pemerhati industri filem Korea Selatan, Ismail Gareth Richards (2006), kejayaan industri filem Korea Selatan hasil daripada polisi campur tangan kerajaan menerusi sistem kuota tayangan, penubuhan Majlis Filem Korea (KOFIC), pembangunan Akademi Filem dan Kesenian Korea dan pembinaan Kompleks Studio Namyangju (diseiakan pada 1997). Menerusi sistem kuota tayangan berkenaan, setiap panggung di Korea Selatan wajib menayangkan filem tempatan antara 106 hingga 146 hari setahun manakala penubuhan KOFIC menyediakan satu jaringan mantap

sumber industri filem yang menggabungkan penerbitan, latihan, promosi, pendidikan, pengedaran dan mempamerkan.

Hasil daripada polisi ini menurut Ismail Gareth Richards, Korea Selatan mampu menghasilkan bilangan filem tinggi setiap tahun. Misalnya, filem *The Good, The Bad and The Weird* arahan Ji- Woon Kim menduduki tangga pertama carta filem terlaris di Korea Selatan pada 2008 (European Audio Visual Observatory Report, 2008).

## 2.5 Model Kerangka Konsep Kajian

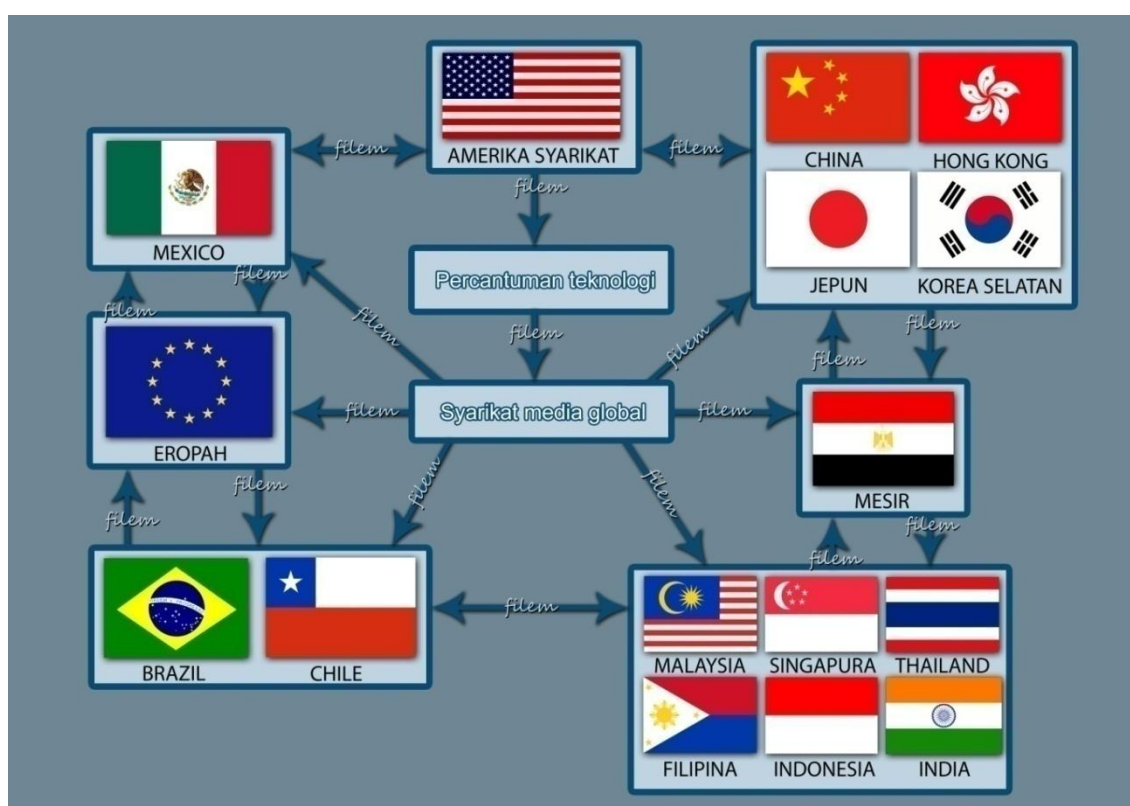
Kerangka konsep kajian ini menjelaskan hasrat penyelidik untuk meneliti fenomena yang dibincangkan di atas agar dapat diterangkan fenomena berkenaan. H.I Schiller (1992) dalam bukunya, *Mass Communications and American Empires* menyatakan pengaliran produk budaya adalah bersifat sehalu iaitu dari Barat (Amerika Syarikat) ke negara sedang membangun (Dunia Ketiga) dan negara miskin tanpa adanya timbal balas pengaliran dari negara sedang membangun dan miskin ke negara Barat. Schiller berpendapat komunikasi boleh dimanfaatkan sebagai satu kaedah untuk menguasai dunia kerana menurutnya dengan menggunakan komunikasi untuk menyebarkan budaya ke seluruh dunia, Amerika Syarikat mampu mendominasi bukan saja budaya malah politik dan ekonomi.



**Rajah 2.2:** Model bagi menjelaskan pengaliran produk budaya yang didominasi oleh Amerika Syarikat(2014)



Rajah 2.2 adalah model bagi menjelaskan pengaliran produk budaya dari Amerika Syarikat (sebagai pengeluar utama produk budaya global) ke negara-negara ini seperti yang diterangkan Schille dan Thussu (2006) menerusi teori aliran kontra seperti yang sudah dijelaskan. Hasil daripada penyatuan antara teknologi maklumat dan komunikasi seperti Internet, satelit dan teknologi komunikasi generasi ketiga (3G) serta peranan yang dijalankan oleh syarikat media global seperti Times Warner dan Viacom membolehkan kandungan berkenaan diterima masyarakat menerusi saluran televisyen atau terus ke komputer peribadi menggunakan Internet. Schiller berpendapat



**Rajah 2.3:** Model menerangkan perkembangan pengaliran produk budaya pelbagai hala (2014)

**Ilustrasi oleh : Hizral Tazzif Hisham**

Rajah 2.3 model menerangkan perkembangan pengaliran produk budaya tidak lagi sehalu iaitu dari Amerika Syarikat ke negara lain sama ada negara sedang membangun atau negara miskin. Sebaliknya, percantuman teknologi maklumat dan komunikasi membenarkan filem keluaran Amerika Syarikat, sebahagiannya dihasilkan di India,

Australia atau Mesir. Model 2.3 juga menerangkan apa yang dinyatakan Appadurai (1996) bahawa Amerika Syarikat menerusi Hollywood tidak lagi menguasai secara dominan pengaliran produk budaya dunia sebaliknya aspek kedua dalam teori aliran kontra Thussu (2006) menjelaskan akibat perubahan polisi dan bantuan kerajaan, muncul beberapa negara yang dulunya bukan pengeksport produk budaya kini sudah memiliki industri produk budaya tempatan yang berdaya maju dan berdaya saing hingga dapat mengeksport produk budaya berkenaan ke seluruh dunia.

Penyelidik komunikasi seperti Micheal Keane (2006) menyatakan penghasilan produk budaya tidak lagi hanya tertumpu di Amerika Syarikat (core) dan beberapa negara Eropah, dan produk budaya berkenaan dieksport ke negara membangun atau miskin (periphery). Sebaliknya, perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) memungkinkan pengeksportan produk budaya dari negara 'periphery' ke negara teras (core).

Kim (2008) menyatakan perkembangan pesat dalam bidang satelit, televisyen kabel, dan rangkaian atas talian yang disokong teknologi digital, deregulasi dan liberalisasi industri penyiaran dan telekomunikasi pada tahun 1990-an, mencipta lanskap media global yang baru. Ia menyebabkan terbentuknya fenomena baru iaitu apa yang disifatkan sebagai aliran pelbagai produk budaya yang tidak semestinya di dominasi Amerika Syarikat.

Menurutnya, pengaliran pelbagai hala produk budaya itu disebabkan perubahan penguasaan media daripada negara kepada gergasi media yang bersifat komersil, konsumerism dan menerokai pasaran antarabangsa. Akibatnya globalisasi media tidak berlaku secara seragam tetapi dalam berbeza bentuk antara satu negara ke negara lain tetapi pada masa yang sama saling berkaitan.

Wujud dua bentuk globalisasi media yang signifikan berlaku di Asia menurut Kim (2008:2), aliran pertama adalah dominasi aliran filem dari Barat ke Asia terutama

Amerika Syarikat masih lagi kukuh dan utuh dan aliran kedua adalah kemunculan syarikat transnasional media Asia sebagai pemain serantau bersama kewujudan masyarakat kelas menengah Asia yang mana menurut Kim ia adalah agen globalisasi budaya di Asia. Kim berkata, Asia yang merangkumi India dan China menjadi sasaran kepada syarikat transnasional media untuk memasarkan produk media mereka, tempat untuk menguji proses hybrid antara nilai global dan tempatan.

Walaupun penonton di Asia lebih menggemari filem dan program televisyen tempatan berbanding filem atau program televisyen namun lambakan filem dan program televisyen Amerika Syarikat di Asia menjadi aspek utama proses globalisasi media. Nilai eksport filem dan program televisyen Amerika Syarikat yang dianggarkan berjumlah US\$1.835 bilion menjadikan Asia antara benua penting bagi pasaran filem Hollywood. Antara peneraju proses globalisasi media di Asia adalah Hollywood, MTV, Disney, CNN dan Google. Di Jepun, China dan Korea Selatan, filem Hollywood masing-masing menguasai 62 peratus, 45 peratus dan 41 peratus industry filem negara berkenaan. Dan angka itu lebih tinggi jika negara terbabit tidak mempunyai kapasiti untuk menerbitkan filem, terutama kos yang tinggi bagi penghasilan filem tempatan berbanding membeli terus dari Hollywood.

Kemunculan syarikat media Asia yang mengeksport produk budaya hasil daripada sokongan dan dukungan kerajaan. Kerajaan Jepun, Korea Selatan, Taiwan dan Hong Kong mengenal pasti industri produk budaya adalah industri baru yang mampu menjana pendapatan kepada ekonomi negara. Ini selaras dengan hasrat setiap negara di Asia untuk berhijrah daripada industri berasaskan pengeluaran kepada industri berasaskan pengetahuan dan inovasi.

Walaupun syarikat transnasional media global terutama dari Amerika Syarikat masih menguasai aliran maklumat dari Barat ke Asia namun wujud pengaliran produk budaya antara negara Asia-Asean-Asia Barat yang dihubungkan oleh budaya, bahasa,

agama dan sejarah. Menurut Keane (2006) dalam Kim (2008), kewujudan Bandar Raya Media yang menjadi hub pengeluaran filem bagi negara-negara Selatan seperti di Asia Timur, Asia Tenggara dan Asia Selatan membantu kerancakan pengaliran produk budaya antara negara Selatan.

Kemunculan masyarakat kelas menengah hasil daripada polisi kerajaan yang membuka ruang dan peluang kepada penduduknya melanjutkan pelajaran. Golongan ini menurut Thomas (2005) dalam Kim (2008) mempunyai kaitan erat dengan ekonomi dan budaya global hasil daripada pendidikan yang diterima di Barat dan bekerja dengan syarikat transnasional Barat. Mereka berperwatakan kosmopolitan dan celik teknologi terutama teknologi maklumat serta menginginkan hiburan kerana memiliki kemampuan untuk memperolehnya hasil pendapatan yang tinggi berbanding golongan berpendapatan rendah.

Natijahnya wujud fenomena yang dikenali sebagai pengguna gaya hidup (life style consumers) yang memilih pelbagai produk budaya berbentuk hiburan seperti filem untuk dinikmati kerana berkemampuan berbuat demikian dan kemunculan kelas menengah di Asia, termasuk Malaysia hasil daripada peluang pendidikan yang tinggi dan pertumbuhan ekonomi mapan membolehkan golongan muda ini menikmati dan menonton lebih banyak program hiburan dalam pelbagai bentuk sama ada filem, televisyen, Internet dan DVD.

## **2.6 Kesimpulan**

Teori-teori yang dikemukakan itu bagi menjelaskan fenomena globalisasi media yang sedang melanda dunia, termasuk di Asia. Hasil daripada kemakmuran ekonomi di Asia, rantau Asia Tenggara tidak terkecuali, proses pemodenan yang berlaku dengan bantuan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT), menimbulkan kesedaran terhadap identiti diri di kalangan golongan muda yang beranggapan kejayaan membangunkan negara

standing negara Barat menyebabkan mereka lebih cenderung untuk memastikan identitas budaya mereka tidak terhakis. Walaupun menerima nilai dan budaya Barat namun budaya setempat atau budaya yang ada unsur pertalian agama, sejarah, sistem nilai masyarakat tetap menjadi pilihan mereka.

## **BAB 3**

### **PERKEMBANGAN INDUSTRI FILEM TEMPATAN**

#### **3.1 Pengenalan**

Bab ini membincangkan industri perfileman tanah air, bermula dengan sejarah industri, zaman kegemilangan, zaman kejatuhan, zaman pemulihan, usaha kerajaan membantu menyemarakkan semula industri filem tempatan menerusi Dasar Filem Negara (DFN) dan Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) yang mengetengahkan kebudayaan kebangsaan ke persada antarabangsa dan bantuan dana pinjaman kerajaan kepada penggiat seni. Selain itu, bab ini turut membincangkan masalah yang dihadapi industri filem tempatan serta potensi ekonomi yang mampu disumbangkan industri kreatif negara. Kelemahan yang dihadapi industri perfileman

#### **3.2 Sejarah Industri Filem Tempatan**

Sarjana filem menyatakan, kegiatan berkaitan filem mula dikesan di Nusantara antara tahun 1901 hingga 1907. Pengkaji sejarah filem tempatan, Naim Ahmad (1995) menjelaskan bahawa seorang peminat filem dan usahawan bernama Abdulally Esoofally merantau ke Sri Lanka, Myanmar, Indonesia dan Singapura bagi mempertontonkan filem pendek yang dibelinya dari London.

Selain itu, faktor penjajahan Tanah Melayu menyebabkan penduduknya terdedah kepada filem dan aktiviti penerbitan filem sejak awal lagi. Namun, pada mulanya lebih berbentuk penerbitan filem dokumentari untuk tontonan pihak pentadbir tanah jajahan di London. Antara filem dokumentari terawal yang diterbitkan ialah *Motor Roads* (1920), *Memories of Malacca* (1921) dan *Malay Nights* (1931). Selepas itu, penerbitan filem cereka mula mendapat sambutan mendapat sambutan hangat daripada penduduk Tanah Melayu sebagai medium hiburan baharu.

Filem cereka Melayu pertama yang diterbitkan ialah *Laila Majnun* (1933) arahan pengarah dari India, B. S Rajhans dan diterbitkan seorang peniaga India S.M Chisty, pemilik Motilal Chemical Company. Cerita asal filem ini adalah dari Asia Barat, tetapi karya itu diambil dan diubahsuai mengikut budaya tempatan. Menurut William Van Der Heide (2002), filem *Laila Majnun* menggunakan mereka yang terbabit dalam pementasan bangsawan termasuk ahli muzik, pereka set dan pelakon bangsawan kerana bangsawan ialah medium hiburan yang popular di Tanah Melayu pada waktu itu.

Bagi Asiah (2007), pada peringkat permulaan penerbitan filem berbahasa Melayu, pembabitan seniman dan pembikin dari luar seperti India serta China memainkan peranan penting. Nama-nama seperti S.M Chisty, B S. Rajhans, adik-beradik Run-Run dan Runme Shaw yang menubuhkan Shaw Brothers pada tahun 1938, diikuti Ho Ah Loke yang menubuhkan Rimau Film Production (RFP) secara usaha sama dengan syarikat Gian Sing di Singapura. Sambutan yang diterima terhadap filem terbitan syarikat berkenaan, meyakinkan mereka untuk terus melabur dan membentuk industri filem di Tanah Melayu pada ketika itu sebelum kedatangan Jepun.

Ho Ah Loke, misalnya menerusi RFP yang telah menerbitkan *Untuk Sesuap Nasi* dan *Bunga Percintaan*, kemudiannya menubuhkan syarikat perfilemannya sendiri, Keris Filem dan menerbitkan *Buluh Perindu* yang disadur daripada filem Hindustan. Shaw Brothers pula tidak dapat dipisahkan dengan industri perfileman negara kerana telah menghasilkan banyak filem seperti *Mutiara*, *Ibu Tiri*, *Bermadu*, dan *Tiga Kekasih*.

Pembangunan dan kerancangan industri perfileman di Tanah Melayu sebelum Perang Dunia Kedua, menurut Asiah (2007:pg 68), disebabkan pembabitan seniman dan penerbit filem dari luar negara serta pendedahan karyawan filem tempatan terhadap filem yang diterbitkan dari negara lain. Kedudukan Tanah Melayu dan Singapura yang strategik dan peranan Singapura sebagai entrepot kepada British menyebabkannya menjadi hab perdagangan antarabangsa. Ini membolehkan pedagang termasuk usahawan

yang terbabit dalam industri filem menjadikan Singapura sebagai pusat pengedaran dan penerbitan filem.

Antara filem antarabangsa yang dibawa masuk ke Singapura adalah filem terbitan Mesir, India, China, Indonesia, Filipina, dan Hollywood. Pada tahun 1930 terdapat lima pengedar filem Barat di Singapura (Wan Abdul Kadir, 1988 dalam Asiah, 2007). Antara tahun 1930 hingga 1940, filem Indonesia juga mendapat sambutan hebat penonton seperti *Bangawan Solo*, *Air Mata Mengalir di Tjitarom*, *Alang-Alang* dan *Asmara Moerni*. Kemasukan filem dari luar menyebabkan karyawan tempatan banyak mengambil karya dari luar untuk disesuaikan dengan cita rasa penonton tempatan (Hamzh Hussin, 1997 dalam Asiah Sarji, 2007). Namun pada masa yang sama, filem berkenaan juga menjadi ilham kepada mereka bagi menghasilkan filem yang mempunyai identiti tersendiri.

Walau bagaimanapun, kerancangan aktiviti pembikinan filem terhenti seketika apabila Tanah Melayu terjebak dalam Perang Dunia Kedua dengan pendudukan Jepun (Asiah, 2007; Wan Aida Wan Yahaya, 2011; Norman Yusoff, 2013). Kemalapan aktiviti penerbitan filem berlaku di Tanah Melayu ketika itu kerana dua sebab: (i) penerbit filem bukan rakyat tempatan; (ii) pihak pentadbir Tentera Jepun yang hanya mahu menyebarkan fahaman Asia untuk Asia. Tentera Jepun tidak melihat filem mampu serta dapat membantu mewujudkan semangat Asia untuk Asia berbanding radio dan media cetak (Asiah 2007:69). Oleh sebab itu, pihak tentera Jepun membawa masuk filem dokumentari terbitan mereka.

Aktiviti penerbitan filem kembali rancak selepas tamatnya Perang Dunia Kedua dengan terbitnya *Seruan Merdeka* (1947) oleh Filem Chistie yang menjadi filem Melayu pertama diterbitkan selepas tamat perang dan menjadi pendorong kepada syarikat lain untuk turut sama kembali memeriahkan industri perfileman di Tanah Melayu. Shaw Brothers (yang menukar namanya kepada Malay Film Production) dan



RFP (menukarkan namanya kepada Keris Filem dan kemudian kepada Cathay Keri) RFP kembali aktif. Berdasarkan Daftar Filem Melayu 1933 hingga 1993 yang diterbitkan Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia (FINAS), sebanyak 10 filem Melayu diterbitkan pada dekad 1930-an, berbanding hanya empat pada dekad 1940-an (akibat Perang Dunia Kedua dan penaklukan Jepun) dan jumlah itu meningkat kepada 141 filem pada tahun 1950-an. Selepas Perang Dunia Kedua hingga 1960-an, industri filem Melayu terus mendapat sambutan dan sokongan padu penonton disebabkan beberapa faktornya seperti berikut (Asiah, 2007:70):

Kestabilan ekonomi, politik, sosial penduduk di Tanah Melayu memiliki kemampuan keranataraf hidup meningkat berbanding ketika penaklukan Jepun dan Perang Dunia Kedua. Dengan ini, kuasa beli mereka dapat ditingkatkan.

Faktor pendudukan Jepun selepas Pendudukan Jepun industri filem tempatan berjaya menghasilkan pengarah filem yang banyak menghasilkan filem untuk rakyat dan memiliki identiti tersendiri. Kebanyakan filem yang diterbitkan mendapat pengiktirafan antarabangsa dengan merangkul anugerah di festival filem antarabangsa seperti *Anakku Sazali* (1956), *Hang Tuah* (1956), dan *Pendekar Bujang Lapok* (1959).

Kemampuan dan karisma lakonan bintang filem dan semangat nasionalisme yang tinggi kemunculan bintang filem yang memiliki karisma dan tarikan pecah panggung (*box-office*) seperti Tan Sri P. Ramlee, Zaiton, Normadiah, Siput Sarawak, Nordin Ahmad, Datuk Sarimah Ahmad, Saadiah, Latifah Omar, Maria Menado, Datuk Mustaffa Maarof, Allahyarhamah Kasma Booty, Allahyarham Datuk Ahmad Mahmud, Allahyarham Aziz Jaafar, Hashimah Yon, Allahyarham Datuk S Roomai Nor, Allahyarham Datuk Aziz Sattar, Allahyarham Datuk Ahmad Daud, Allahyarhamah Datin Umi Kalsom dan Tan Sri Jins Shamsuddin membantu meningkatkan jumlah penonton.

Kemerdekaan pada tahun 1957 dan pembentukan Malaysia pada 16 September 1963 menyebabkan pusat penerbitan filem yang selama ini berpusat di Singapura beralih ke Kuala Lumpur. Ini dilakukan berdasarkan pertimbangan politik, malah penerbit filem berpendapat masa depan pembangunan filem adalah di Kuala Lumpur, bukannya Singapura. Ho Ah Loke, misalnya yang membuka Cathay Keris di Singapura, bekerjasama dengan H.M Shah dan menubuhkan Merdeka Studio Film Production pada tahun 1961 yang berpusat di Hulu Kelang. Filem pertama terbitannya, *Tun Teja* mencatat sejarah apabila Sultan Selangor berkenaan menganugerahkan Tayangan Perintah Diraja. Syarikat itu menghasilkan 14 buah filem arahan pengarah tempatan seperti Salleh Ghani dan pengarah dari India, L Krishnan. Namun tiada sebuah pun filem yang diterbitkannya berjaya mencapai ‘pecah-panggung’. Akhirnya, Merdeka Studio dijual kepada Shaw Brothers pada 1964.

### **3.2.1 Kemerosotan Industri Filem**

Industri filem Malaysia mula menunjukkan tanda kemerosotan mulai tahun 1967 apabila beberapa studio yang selama ini aktif menerbitkan filem, memberhentikan operasinya. William (2002) Antara sebabnya ialah penyusutan kehadiran penonton ke panggung, pengenalan televisyen pada tahun 1963, peningkatan kos penerbitan, pertelingkahan antara kesatuan sekerja filem dan majikan, pemisahan Singapura dan Malaysia serta banjir filem Indonesia, Hong Kong dan India (William, 2002: 145).

Bagi menyelamatkan industri filem tempatan ketika itu, Merdeka Studio Production (MFP) menerbitkan filem berwarna dan menggunakan layar besar seperti *Raja Bersiong* yang merupakan karya Perdana Menteri Pertama, Almarhum Tunku Abdul Rahman Putra Al-Haj yang diarahkan oleh Jamil Sulong pada tahun 1968 dengan kos penerbitan berjumlah RM750,000. Namun filem itu gagal mendapat kutipan ‘box-office’. Nasib yang sama menimpa filem keluaran MFP yang lain seperti *Nora Zain*

*Agan Wanita 001* yang bergenre perisikan ala James Bond, yang amat popular ketika itu walaupun diarahkan oleh pengarah terkenal Hong Kong, Low Wai (yang melonjakkan Bruce Lee ke persada filem antarabangsa menerusi *Big Boss* dan *Fist of Fury*).

Perpindahan Shaw Brothers (SB) ke Kuala Lumpur dari Singapura pada 1966 selepas mengambil alih Merdeka Studio tidak banyak membantu memulihkan industri filem negara. Sebelum penutupan Merdeka Studio, SB cuba untuk memulihkan industri perfileman di Malaysia dengan menghasilkan filem warna bertajuk *Rahsia Hatiku*, tetapi filem itu tidak pernah ditayangkan. SB juga tidak mampu untuk menyaingi filem luar, terutama terbitan Hong Kong dan Indonesia. Kematian Seniman Agung, Tan Sri P. Ramlee pada 1973 menjadi sebahagian faktor penutupan Merdeka Studio selepas setahun kematiannya (Fauziah dan Raja Ahmad, 1995 dalam William, 2002).

### **3.2.2 Pemulihan Industri Filem Tempatan**

Penggubalan Dasar Ekonomi Baharu (DEB) pada tahun 1970 selepas tragedi 13 Mei 1969, merupakan sebahagian usaha kerajaan untuk memulihkan industri filem tempatan.

Dasar itu berhasrat meningkatkan ekuiti Bumiputera kepada 30 peratus pemilikan dalam semua syarikat dan ini mendorong beberapa orang seniman bergabung tenaga untuk menubuhkan syarikat filem. Antaranya, Tan Sri P. Ramlee dan Tan Sri Jins Shamsuddin bekerjasama untuk menubuhkan Perfima manakala Datuk Sarimah Ahmad dan Hamzah Hussein menubuhkan syarikat Sari Artis sebelum ditukar kepada Sarimah Film Productions (SFP) yang menerbitkan filem *Ranjau Sepanjang Jalan*, adaptasi daripada novel karya Sasterawan Negara, Shahnnon Ahmad .

Zaman kebangkitan filem Melayu selepas malap bermula apabila Merdeka Studio Film Ltd menerbitkan filem bertajuk *Permintaan Terakhir* (1975) dalam bentuk skop dan tata warna (Fauziah Kartin, Paridah Ibrahim dan Safar Hashim, 2009). Industri filem tempatan mula menarik kembali penonton ke panggung apabila seorang usahawan

Sabah, Deddy M Borhan menerbitkan filem komedi *Keluarga Si Comat* (1975) yang dihasilkan dalam bentuk warna dan skrin lebar. Latif dalam William, 2002 menurut Fauziah Kartini. Kejayaan filem itu mendorong Deddy M Borhan menerusi syarikatnya, Sabah Filem Production Sdn Bhd, menerbitkan *Hapuslah Air Matamu* lakonan Syarifah Aini dan penyanyi popular Indonesia, Broery Marantika. Filem ini mencatatkan kejayaan hingga membuka mata banyak pihak, terutama institusi kewangan dan agensi kerajaan berhasrat menyalurkan bantuan kepada penggiat filem. *Menanti Hari Esok* arahan Tan Sri Jins Shamsuddin juga mendapat sambutan hangat apabila mampu bertahan selama 53 hari di pawagam manakala filem genre komedi terbitan Sabah Film Production Sdn Bhd, *Si Badul* mencatatkan sejarah tayangan apabila ditayangkan selama 73 hari di pawagam.

Perkembangan menggalakkan itu mendorong sekumpulan usahawan Bumiputera menerusi Pertubuhan Cathay menerbitkan filem untuk tayangan seperti *Penyamun Tarbus*, *Esok Masih Ada*, *Toyol*, *Sumpah Semerah Padi*, *Superstar Bintang Pujaan* dan *Langit Tidak Selalu Cerah*. Menurut Fauziah Kartini, Paridah Ibrahim dan Safar Hashim (2009), pada masa ini berlaku perubahan cita rasa dalam kalangan penonton tempatan terhadap filem tempatan. Di samping itu, kualiti penerbitan filem Melayu ditingkatkan agar setaraf dengan kualiti filem import, terutama dari Indonesia dan India (filem Hindustan). Kejayaan filem-filem itu (Baharudin Latif dalam William, 2002:150) membuktikan bahawa aktiviti penerbitan filem boleh membawa keuntungan kepada usahawan, terutama Bumiputera.

Kerajaan turut membantu memulihkan industri perfileman negara Dengan meluluskan Dasar Filem Negara (DFN) ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)) pada tahun 2005 yang menggariskan dua objektif utama seperti yang berikut:

- Membantu membangunkan industri perfileman negara supaya lebih berdaya maju dan dapat bersaing sehingga ke peringkat antarabangsa ; dan

- Menjadi pemangkin pertumbuhan industri perfileman tempatan ke arah menjadikan Malaysia sebagai pusat destinasi perfileman serantau.

DFN turut menggariskan sembilan pelan tindakan jangka pendek yang menetapkan sasaran lima tahun pertama (2005-2010). Antaranya adalah seperti yang berikut:

- Penerimaan anugerah di festival antarabangsa
- Menyertai festival antarabangsa
- Menganjurkan Minggu Filem Malaysia di luar negara
- Menjadikan Malaysia sebagai pusat pembikinan filem
- Peningkatan kemahiran
- Penerbitan filem dengan ciri-ciri Malaysia
- Penerbitan sekurang-kurangnya 12 filem tempatan yang bermutu setiap tahun
- Menarik projek penggambaran antarabangsa ke Malaysia.

Selain itu, bagi menggalakkan pembangunan industri filem tempatan, Perbadanan Pembangunan Filem Nasional (FINAS) ditubuhkan pada tahun 1981. FINAS menawarkan beberapa skim insentif dengan menyediakan bantuan kewangan kepada syarikat filem dan individu yang terbabit dalam industri berkenaan. FINAS turut menyediakan Skim Wajib Tayang yang memberi kuasa kepada Jawatankuasa Wajib Tayang membenarkan filem tempatan atau filem usaha sama (tempatan dan luar negara) ditayangkan di pawagam selama 14 hari bagi memberi peluang kepada filem tempatan walaupun pada masa yang sama filem dari luar turut ditayangkan di dewan wayang gambar ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)). Filem tempatan yang ditayangkan menerusi Syarat Wajib Tayang FINAS layak menerima 25 peratus hasil kutipan di pawagam (Bernama, 21

Disember 2009). Langkah-langkah ini bagi memberi rangsangan kepada penggiat seni filem tanah air agar terus produktif berkarya dan menerbitkan filem.

FINAS juga menguatkuasakan galakan Duti Hiburan, iaitu dengan memulangkan sebanyak 25 peratus daripada kutipan cukai hiburan kepada penerbit filem. Pada tahun 2009, FINAS sebanyak RM2.4 juta dipulangkan kepada lapan penerbit tempatan hasil kutipan daripada 26 filem yang diterbitkan sepanjang tahun itu (*Berita Harian*, 25 Disember 2009). Antaranya ialah MIG Production Sdn Bhd, Vision Work Sdn Bhd, KRU Productions Sdn Bhd, SKOP Productions Sdn Bhd, Primeworks Studio Sdn Bhd, dan Da Huang Pictures Sdn Bhd, Les Copaque Production Sdn Bhd dan Galaksi Seni Sdn Bhd. MIG Production yang telah menerbitkan sembilan buah filem seperti *Congkak*, *I'm Not Single*, *Jangan Tegur* dan *Rempit* menerima duti hiburan sebanyak RM1.3 juta manakala Primeworks Studio menerusi filem seperti *Sifu dan Tongga*, *Susuk*, dan *Kami Budak Kelantan* memperoleh RM776,584. Filem *Bohsia* terbitan SKOP Productions Sdn Bhd pula menerima RM53,670 sementara KRU Productions dengan penerbitan *Cicakman 2: Planet Hitam* dan *Jin Notti* meraih RM97,952. Empat produksi lain yang masing-masing menerbitkan sebuah filem turut menerima manfaatnya. Da Huang Pictures melalui *Punggok Rindukan Bulan* menerima RM4,459 dan Les' Copaque melalui filem *Geng* menerima RM182, 562. Galaksi Seni dengan *Momok The Movie* pula menerima RM215, 391 manakala Vision Works dengan *Los dan Faun* (RM27,435.60).

Walau bagaimanapun, Duti Hiburan ditukar kepada Skim Galakan Pulangan Filem (SGPF) pada tahun 2011. Kabinet meluluskan skim berkenaan bagi menggantikan Duti Hiburan Filem yang dijangka dapat memberikan manfaat kepada penggiat filem tempatan, sekali gus dapat memajukan industri perfileman negara. Skim galakan itu diberikan kepada penggiat filem mengikut kategori filem yang berjaya mengutip jumlah tertentu berdasarkan penjualan tiket dan nilai kutipan filem terlaris

(*box-office*). Jika sebelum ini, melalui duti hiburan sebanyak 25 peratus kutipan tiket dipulangkan kepada penerbit filem, menerusi SGPF, pembayaran dilakukan berdasarkan jumlah jualan tiket seperti yang berikut (Bernama, 23 Februari 2011):

- i. RM2 juta hingga RM4 juta—menerima wang galakan sebanyak RM200,000.
- ii. RM4 juta hingga RM6 juta—menerima sebanyak 10 peratus daripada jumlah kutipan
- iii. RM6 juta—layak menerima lima peratus
- iv. melebihi RM6 juta—tidak layak menerima bantuan kerana dianggap sudah mencatatkan keuntungan.

Pertukaran skim ini merupakan cadangan daripada FINAS yang meminta kerajaan menyemak semula mekanisme pemulangan duti hiburan kerana skim sedia ada memberi kesan kewangan kepada perbadanan itu yang terpaksa menggunakan dana FINAS untuk membayar penggiat filem tanah air. Menurut Bekas Ketua Pengarah FINAS, Mohd Mahyidin Mustakim, peningkatan pemulangan duti hiburan dan penggunaan dana secara berterusan menyebabkan kedudukan kewangan FINAS terjejas (*Utusan Malaysia*, 28 Mac 2011). Dana pengurusan dan operasi FINAS juga semakin berkurangan kerana mulai tahun 2000 setiap kerajaan negeri kecuali Kelantan, Terengganu dan Perlis (kerana tiada panggung wayang di ketiga-tiga negeri berkenaan) tidak menyalurkan duti hiburan yang dikutip di negeri masing-masing kepada FINAS. Oleh itu, FINAS terpaksa membayar duti hiburan menggunakan peruntukan FINAS dan menyebabkan dana itu menyusut dan boleh mengganggu operasi FINAS (*Utusan Malaysia*, 28 Mac 2011).

Berdasarkan statistik FINAS, jumlah kutipan kasar keseluruhan filem tempatan pada tahun 2008 mencecah RM43.24 juta dan RM50 juta tahun 2009. Peningkatan itu berkait rapat dengan kenaikan ketara bilangan penonton filem pada tahun 2008, iaitu

5.29 juta penonton berbanding 3.68 juta orang pada tahun 2007 selain jumlah pawagam yang turut meningkat kepada 91 pawagam serta 453 skrin pada tahun 2007 (Bernama, 17 Ogos 2009).

**Jadual 3.1:** Tayangan Filem Cereka Tempatan 2010

bil	Judul filem	Genre	Kos produksi	Mula tayang	Kutipan kasar RM	Bil. Pawagam
1	Adnan sempit	Komedi/drama	1.50Juta	14-01-10	7.66Juta	61
2	2 hati 1 jiwa	Drama	0.98Juta	28-01-10	0.40Juta	44
3	Lu pikirilah sendiri the movie	Komedi	1.73Juta	11-02-10	2.15Juta	49
4	Niyang rapik	Seram	1.64Juta	25-02-10	3.72Juta	60
5	V3: samseng jalanan	Aksi	1.72Juta	11-03-10	3.88Juta	62
6	KL drift 2	Aksi	1.92Juta	25-03-10	5.67Juta	65
7	Semerah cinta stiletto	Aksi	1.50Juta	08-04-10	2.13Juta	53
8	Hooperz	Komedi	1.27Juta	22-04-10	0.29Juta	42
9	Belukar	Aksi/drama/cinta	2.10Juta	06-05-10	0.30Juta	40
10	Adartu terlampau 21 hari mencari suai	Komedi/cinta	0.98Juta	20-05-10	0.56Juta	48
11	Lagenda budak setan	Drama/cinta	1.36Juta	03-06-10	4.28Juta	51
12	Kecoh betul	Aksi/komedi	1.85Juta	03-06-10	2.03Juta	53
13	Kapoww!!	Aksi/komedi	1.98Juta	17-06-10	0.27Juta	42
14	Zoo	Aksi/komedi	Tiada data	01-07-10	2.17Juta	60
15	Mantra	Seram	1.82Juta	15-07-10	2.74Juta	61
16	Senario asam garam	Komedi/cinta	1.70Juta	09-09-10	2.47Juta	60
17	4 madu	Komedi/cinta	Tiada data	09-09-10	1.82Juta	64
18	Magika	Muzikal/fantasi	2.40Juta	23-09-10	3.14Juta	60
19	Jangan pandang belakang congkak 2	Komedi/seram	1.80Juta	07-10-10	4.23Juta	56
20	Cuti-cuti cinta	Aksi/drama/cinta	1.20Juta	21-10-10	3.17Juta	57
21	Estet	Aksi/komedi	1.97Juta	04-11-10	0.35Juta	47
22	Crayon	Drama	1.31Juta	11-11-10	0.053Juta	25
23	2 alam	Drama	1.51Juta	18-11-10	0.44Juta	83
24	Ngangkung	Komedi/seram	1.82Juta	25-11-10	8.18Juta	59
25	Aku tak bodoh	Komedi/keluarga	1.62Juta	02-12-10	0.74Juta	58
26	Hantu kak limah balik rumah	Komedi/seram	1.42Juta	09-12-10	8.12Juta*	39
27	Aku masih dara	Cinta	1.50Juta	09-12-10	2.05Juta	56
28	Janin	Seram	1.54Juta	23-12-10	1.42Juta	52
29	Damping malam	Seram	1.82Juta	30-12-10	1.66Juta*	62

\*Tidak termasuk dalam syarat wajib tayang

Sumber: FINAS

Kutipan tayangan filem cereka tempatan pada tahun 2010 menunjukkan enam filem melepasi tahap filem terlaris dengan perolehan melebihi RM4 juta, iaitu *Ngangkung* (RM8.18 juta), *Hantu Kak Limah Balik Rumah* (RM8.12 juta), *Adnan Sempit* (RM7.66 juta), *KL Drift 2* (RM5.67 juta), *Lagenda Budak Setan* (RM4.28 juta), dan *Jangan Pandang Belakang Congkak 2* (RM4.23 juta). Bagi tahun 2011, genre aksi menguasai pasaran industri filem tempatan apabila *KL Gangster* arahan Syamsul Yusuf mengutip jumlah tertinggi yang pernah dicatat filem Melayu, iaitu RM11.67 juta. Pada tahun



berkenaan juga berlaku peningkatan jumlah filem Melayu yang diterbitkan daripada 29 judul pada 2010 kepada 42 judul pada 2011. Ini membuktikan sambutan yang diberikan penonton adalah amat baik kepada tayangan filem Melayu.

Kejayaan pengarah filem dan pelakon tempatan meraih anugerah pada festival filem antarabangsa juga boleh dijadikan ukuran kemajuan industri filem tempatan. Misalnya, Yasmin Ahmad berjaya merangkul anugerah Pengarah Terbaik melalui *Mualaf* yang mengisahkan bagaimana tiga individu mencari ketenangan jiwa menerusi agama di Festival Filem Asia Pasifik (FFAP) ke-54 anjuran Federation of Motion Picture in Asia Pacific di Taipei (BERNAMA, 4 Disember, 2010). Sebelum itu, Malaysia jug pernah meraih anugerah utama menerusi beberapa penganjuran FFAP melalui Seniman Agung, Allahyarham Tan Sri P. Ramlee yang menerima trofi Pelakon Lelaki Terbaik (1957) menerusi filem *Anakku Sazali*, Maya Karin pada FFAP ke-49 (2004) serta Datin Seri Tiara Jacquelina pada FFAP ke-50 (2005).

### **3.2.3 Sejarah Filem Animasi di Malaysia**

Dunia mula mengorak langkah dalam industri animasi menerusi Wayang Kulit yang diiktiraf sebagai contoh animasi pertama di dunia. Ini kerana pergerakan yang terdapat dalam wayang kulit mempunyai elemen dalam filem, iaitu layar putih, cahaya suluhan, dan imejan yang bergerak seakan-akan hidup. Pengaruh animasi di Barat dalam mengaplikasikan wayang kulit terbukti apabila animator dari Jerman, Lotte Reiniger, mendapat ilham untuk menghasilkan filemnya, *The Adventures of Prince Achmed* (1926) berasaskan seni itu.

Penerbitan animasi tempatan sudah bermula sejak tahun 1946 lagi menerusi penubuhan Malayan Film Unit (MFU) (sekarang dikenali sebagai Filem Negara) menerusi filem animasi pendek pertama, *Hikayat Sang Kancil* yang disiapkan oleh seorang pereka set bernama Anandam Xavier. Walaupun disiapkan pada tahun 1978,

animasi itu hanya ditayangkan kepada umum sempena Hari Raya Puasa pada tahun 1983. Filem animasi pendek ini menggunakan teknik animasi sel (lukisan di kertas) yang diarah Hassan Abdul Muthalib.

Kebanyakan filem animasi pendek terbitan MFU seperti *Sang Kancil dan Buaya*, *Gagak Yang Bijak*, *Singa Yang Haloba*, *Arnab Yang Sombong* lebih berkisar pada proses pendidikan dan pembentukan kesedaran sama ada dalam kalangan kanak-kanak mahupun dewasa. Siri animasi untuk televisyen juga banyak disiarkan. Antara yang popular ialah *Yusop Sontorian*, *Kluang Man*, *Kampung Boy*, *Anak-Anak Sidek*, *Saladin : The Animated TV Series* (kerjasama antara MDec dan saluran televisyen kanak-kanak Al-Jazeera) serta *Ipin & Upin* (Bernama, 19 Ogos, 2011).

Diterbitkan pada tahun 1998 dan hasil arahan Hassan, *Silat Legenda* adalah filem cereka animasi pertama menggunakan sistem bunyi Dolby Digital Surround. Selain itu, ia filem animasi pertama yang menggunakan suara latar beberapa artis terkemuka tanah air seperti Noor Kumalasari dan Datuk Jalaluddin Hassan. Filem ini mengisahkan lima remaja yang menemui lima belah keris yang pernah digunakan pahlawan Melayu pada zaman Kesultanan Melayu Melaka. *Silat Legenda* diberi Anugerah Khas Juri untuk filem animasi Malaysia yang pertama di Festival Filem Malaysia ke-14 pada tahun 1999. Filem animasi mula mendapat perhatian penonton apabila siri kartun *Ipin & Upin* dipindahkan ke layar perak dan mencatat sejarah tersendiri apabila mengutip sebanyak RM6.8 juta pada 2006. Filem animasi itu juga dieksport ke Indonesia dan menjadi duta untuk mengukuh dan mengeratkan hubungan dua hala antara Malaysia – Indonesia.

### **3.3 Industri Kreatif Tempatan**

Saiz pasaran kandungan dunia bagi segmen kandungan (merangkumi filem, televisyen, niaga, pendidikan dan latihan serta permainan) seperti yang ditunjukkan dalam Jadual

6.2 sentiasa meningkat saban tahun. Pada tahun 2002 jumlahnya adalah sebanyak RM497 bilion, dan ia meningkat kepada RM519 bilion (2003), RM547 bilion (2004), RM576 bilion (2005), RM609 bilion (2006), dan RM648 bilion (2007). Industri ini jelas mempunyai potensi yang besar dan menjadi sebahagian daripada pendapatan negara dan kerajaan.

Berdasarkan laporan Motion Picture Association of America (MPAA) ([www.mpa.org](http://www.mpa.org)), industri filem menyediakan 2.5 juta peluang pekerjaan, menyumbang USD\$13 bilion (1USD\$=RM3.1) pendapatan dan cukai jualan kepada kerajaan Amerika Syarikat, USD\$13.6 bilion lebihan dagangan dengan purata gaji bagi pekerja produksi adalah USD74,700 pada tahun 2007. Industri berkenaan juga memberikan sumbangan pendapatan secara tidak langsung kepada 1.7 juta pekerja dan beribu-ribu syarikat dalam pelbagai bidang ekonomi seperti pakaian dan aksesori, sewa kereta, penyediaan makanan, pencuci pakaian, tukang kayu, syarikat pengangkutan, restoran dan pelancongan. Industri terbabit juga menyumbang pendapatan sebanyak USD\$38.2 bilion kepada barang dan perkhidmatan berkaitan penerbitan filem kepada syarikat perusahaan kecil dan sederhana pada tahun 2007.

**Jadual 3.2:** Perbelanjaan pelanggan global terhadap pasaran kandungan 2002-2007

<b>Segmen/kandungan</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Filem	65	69	74	79	83	88
Kandungan TV	127	135	144	153	163	173
Niaga	64	65	68	71	75	79
Pendidikan & latihan	220	226	235	246	258	272
'Games'	21	24	26	27	30	36
<b>Jumlah</b>	<b>497</b>	<b>519</b>	<b>547</b>	<b>576</b>	<b>609</b>	<b>648</b>

\*Saiz pasaran kandungan Malaysia dianggarkan antara RM3 hingga RM3 bilion hingga RM4 bilion.

(Sumber: SKMM)

Secara purata, industri kreatif di negara-negara maju menyumbang antara satu sehingga lima peratus kepada Keluaran Negara Kasar Negara (KDNK). Industri kreatif juga telah menyumbang peluang pekerjaan yang luas, berdasarkan statistik guna tenaga di negara-negara maju seperti United Kingdom (4.5 peratus), Hong Kong (5.3 peratus), Amerika Syarikat (5.9 peratus), Taiwan (3.6 peratus), Australia (3.8 peratus) dan Singapura (3.4 peratus) (Centre for Cultural Policy Research HD Hong Kong University, Baseline Study on Hong Kong Creative Industries, 2003).

Dalam konteks Malaysia, industri kreatif dianggarkan menyumbang 1.27 peratus kepada KDNK (Creative Industry Baseline Study, MDEC 2008) dan sektor pengiklanan antara penyumbang terbesar bagi jumlah ini. Guna tenaga dalam industri kreatif dianggarkan sebanyak 0.4 peratus atau 45,301 pekerjaan (Creative Study, MDEC 2008). Guna tenaga di Malaysia pada 2009 ialah 10.89 juta atau 38.5 peratus daripada 28.31 juta penduduk Malaysia (Jabatan Statistik, 2009 dalam DIKN, 2010). Perkembangan ini menunjukkan bahawa industri kreatif berpotensi menyumbang dan menjadikan ekonomi negara lebih dinamik.

Industri perfileman tempatan sebagai sebahagian daripada industri kreatif negara, menunjukkan peningkatan memberangsangkan dalam tempoh berapa tahun kebelakangan ini. Jumlah pawagam semakin bertambah, daripada 66 panggung dengan skrin 265 pada tahun 2005 kepada 103 panggung dengan 610 skrin pada tahun 2011. Jumlah kutipan kasarnya juga memberangsangkan, daripada RM217.35 juta pada tahun 2005 kepada RM510.16 juta pada 2010 ([www.finans.gov.my](http://www.finans.gov.my)). Di samping itu, kajian oleh MDeC menunjukkan industri hiburan dan media tempatan merekodkan perolehan sebanyak RM9.4 bilion dan menyediakan 45,000 peluang pekerjaan di samping menyumbang sebanyak 1.2 peratus kepada Keluaran Dalam Negara Kasar negara ([www.gcma.tv](http://www.gcma.tv)).

Oleh sebab itu, menerusi Model Ekonomi Baharu (MEB) yang menjadi tunjang penting kepada hasrat Malaysia untuk muncul sebagai negara maju menjelang 2020, dan Pelan Transformasi Ekonomi yang akan membangunkan MEB, industri kreatif muzik, filem, kesenian dan budaya menjadi salah satu sektor pertumbuhan strategik yang penting untuk Malaysia pada masa hadapan. Menerusi Program Transformasi Ekonomi (ETP) yang dilancarkan pada tahun 2010, kerajaan berhasrat mewujudkan prasarana maklumat yang dapat membantu pertumbuhan industri kandungan yang terhasil daripada penyatuan bidang telekomunikasi, pengkomputeran dan elektronik bagi memenuhi keperluan tempatan dan antarabangsa. Ini bagi menjadikan industri kandungan multimedia negara sebagai pemangkin pertumbuhan ekonomi negara. FINAS dan Multimedia Development Corporation Bhd (MDeC) diberi tugas untuk melaksanakan inisiatif berkenaan.

Oleh itu, kekayaan dan kepelbagaian budaya di Malaysia, termasuk kewujudan pelbagai kaum dan bahasa dilihat sebagai sumber kandungan yang paling baik untuk diketengahkan dan dijual kepada dunia. Pasaran industri hiburan dunia yang dianggarkan bernilai USD\$1.7 trilion ([www.pricewaterhousecoopers.com](http://www.pricewaterhousecoopers.com)) menjadi tempat terbaik bagi menjual kandungan Malaysia. Menerusi inisiatif “MY Creative Content”, Malaysia menasaskan peningkatan Pendapatan Kasar Kebangsaan (PKK) sebanyak USD\$1 bilion pada 2020, mewujudkan 10,300 peluang pekerjaan, dan mengeksport 45 peratus daripada sasaran PKK ([www.gcma.tv](http://www.gcma.tv)).

Untuk memperluas skop ekonomi, industri produk budaya tempatan dikenali sebagai Industri Kreatif Malaysia yang dibahagikan seperti berikut:

- i. Industri Kreatif Multimedia industri yang mengaplikasikan kemajuan teknologi terkini dalam menghasilkan produk-produk kreatif iaitu penerbitan filem dan televisyen, pengiklanan, seni reka serta animasi dan kandungan digital.

- ii. Industri Kreatif Seni Budaya berkaitan dengan penghasilan karya-karya seni yang bercirikan budaya Malaysia seperti kraf, seni visual, seni muzik, seni persembahan, penulisan kreatif serta fesyen dan tekstil.
- iii. Industri Seni Warisan Budaya berkaitan warisan budaya seperti aktiviti muzium, arkib, pemuliharaan dan pemuliharaan.

Menerusi Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) sebanyak RM200 juta daripada Belanjawan 2011 diperuntukkan bagi mempergiatkan lagi industri itu (Bernama, 12 November 2010). Dengan peruntukan tersebut, semua yang berkaitan dengan industri kreatif seperti program multimedia serta seni budaya dan warisan mempunyai masa depan yang cemerlang, malah akan mendapat galakan yang jelas dan konstruktif oleh kerajaan dan pihak swasta. Selain itu, berdasarkan unjuran pertumbuhan yang dijangka pesat dalam industri kreatif, keperluan menyediakan modal insan amat penting. Berdasarkan jangkaan sebanyak 136,000 peluang pekerjaan diwujudkan pada 2015 (Rais Yatim, 23 Ogos, 2010). Oleh sebab itu, antara perkara utama yang terdapat dalam dasar ini ialah memupuk tenaga kerja baharu menerusi latihan bagi meneruskan industri kreatif pada masa hadapan dengan mengutamakan multimedia dan projek-projek digital. Kementerian berkaitan juga akan berinteraksi dengan industri dari luar negara bagi meningkatkan perkembangan industri negara terhadap perfileman dan animasi negara.

Bagi Malaysia, industri kreatif menyumbang sebanyak RM6 bilion atau 1.6 peratus kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada 2009. Malah, industri ini dijangka mewujudkan 126,000 pekerjaan (1.2 peratus) berdasarkan 10.89 juta (38.5 peratus) guna tenaga daripada 28.3 juta penduduk negara. Antara tiga subsektor industri kreatif yang dijangka menyumbang peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan ialah penerbitan filem dan televisyen (43 peratus), periklanan (29 peratus), aplikasi kandungan digital (11 peratus), dan kraf serta seni persembahan (20 peratus).

### **3.4. Dasar Industri Kreatif Negara**

Industri kreatif merupakan sebahagian daripada sumber penting dalam pertumbuhan ekonomi negara dan percambahan budaya bagi negara-negara maju. Menyedari hal ini, DIKN digubal dan diperkenalkan pada tahun 2010 bagi menjadikan industri kreatif sebagai sumber pekerjaan dan pendapatan negara, seterusnya mencapai sasaran ekonomi negara berpendapatan tinggi. Malah, salah satu objektif utama DIKN adalah untuk mengetengahkan perlambangan budaya tempatan serta identiti kebangsaan ke peringkat global (Rais Yatim, 21 Oktober 2011)

Industri kreatif merupakan komponen utama ekonomi kreatif yang merupakan pemikiran dan idea manusia yang dapat ditransformasikan kepada bentuk produk atau perkhidmatan yang boleh dipasarkan. Menurut laporan Ekonomi Kreatif Pertubuhan Bangsa-bangsa Bersatu 2010, industri kreatif menunjukkan daya tahan yang tinggi terhadap kelembapan ekonomi dunia serta mempunyai peluang pertumbuhan yang masih belum diterokai secara meluas. Pada tahun 2008, nilai eksport barangan dan perkhidmatan global berjumlah US\$592.079 bilion dengan nilai barangan kreatif sebanyak US\$406.992 bilion dan perkhidmatan kreatif bernilai US\$185.087 bilion (Rais Yatim, 21 Oktober 2011). Industri rekaan mendahului industri kreatif lain dengan menguasai 59.5 peratus nilai eksport barangan kreatif dunia pada tahun 2008, diikuti industri penerbitan (11.9 peratus), seni kraf (7.9 peratus), seni visual (7.3 peratus), media baharu (6.8 peratus), seni persembahan (6.4 peratus) dan audio visual (0.2 peratus).

Malaysia ialah pengeksport barangan industri kreatif ke-10 terbesar dalam kalangan negara sedang membangun dengan jumlah sebanyak US\$3.524 bilion. Malaysia menduduki tangga kelapan (US\$231 juta) bagi industri percetakan dan penerbitan media, tangga ketujuh bagi eksport seni rekaan (US\$3.186 bilion) dan tangga kesembilan bagi eksport media baharu (US\$31 juta) pada tahun 2008. Thailand dan

Singapura masing-masing menduduki tangga pertama dan kedua dalam kalangan negara ASEAN dengan nilai eksport produk kreatif sebanyak US\$5.077 bilion dan US\$5.047 bilion. China pula unggul sebagai pengeksport terbesar dunia bagi produk kreatif dengan jumlah US\$84.807 bilion, diikuti dengan Amerika Syarikat (US\$35 bilion), dan Jerman (US\$34.408 bilion).

Industri kreatif dalam konteks Malaysia merujuk pada pengemblengan dan penghasilan kebolehan dan bakat individu atau berkumpulan berasaskan kreativiti, inovasi dan teknologi yang menjurus pada sumber keberhasilan ekonomi dan pendapatan tinggi kepada negara dengan penekanan pada aspek-aspek karya dan hak cipta intelek selaras dengan budaya dan nilai murni kepelbagaian kaum di Malaysia. Industri ini juga meliputi seni untuk ekonomi yang melibatkan individu-individu berbakat, pihak korporat dan memberi implikasi kepada pendapatan dan imej negara (DIKN, 2011: 4).

DIKN merangkumi kesemua bidang industri kreatif yang dapat menjana pendapatan termasuk industri sokongan yang berkaitan seperti pengedaran dan pemasaran. Dasar ini digubal dan dilaksanakan bagi melonjakkan ekonomi dan sosiobudaya negara yang mempunyai potensi untuk menjana kekayaan negara, mewujudkan peluang pekerjaan, memanfaatkan sepenuhnya kandungan kreatif dan memelihara harta intelek di samping mencungkil dan mengetengahkan bakat, meningkatkan kepakaran serta kreativiti dalam industri kreatif. Hasil kreatif tempatan juga boleh dieksport ke peringkat antarabangsa bagi mempromosikan negara selain meningkatkan kesedaran masyarakat dalam usaha memperluas pasaran tempatan dan antarabangsa.

Secara umumnya, terdapat beberapa isu dan cabaran dalam pengembangan industri kreatif di Malaysia. Antara yang dikenal pasti adalah dari segi kerangka institusi perundangan, penguatkuasaan, pemantauan dan penyelarasan bagi



memartabatkan industri kreatif di samping kesedaran yang rendah dalam kalangan masyarakat terhadap kepentingan dan potensi industri kreatif. Pembudayaan harta intelek, yang meliputi kesedaran mempaten dan budaya menghormati harta intelek, belum dihayati sepenuhnya oleh masyarakat di negara ini. Oleh sebab industri kreatif ialah industri yang unik, industri ini memerlukan modal insan yang terdiri daripada mereka yang mempunyai minat, bakat dan kebolehan tersendiri di samping pengetahuan dalam penggunaan teknologi berkaitan. Maka, persepsi masyarakat yang beranggapan bahawa industri ini tidak dapat menjamin pendapatan tetap perlu dihakis.

Di samping itu, antara isu lain yang sering diperkatakan oleh penggiat industri kreatif ialah ketiadaan penyelarasan dalam penyediaan dana oleh jabatan atau agensi kerajaan dan institusi kewangan yang mengendalikan nya. Malah, karyawan sendiri masih tidak jelas dengan hal berkaitan pasaran sama ada dalam Negara mahupun luar negara. Selain itu wujud juga masalah kekurangan prasarana serta penyelidikan dan pembangunan dalam bidang kreatif, selain persaingan sengit dengan karya-karya dari luar. Isu-isu ini perlu diberi perhatian bagi memastikan industri kreatif dapat berkembang dan mencapai objektif DIKN.

Industri kreatif yang berkembang mampu meningkatkan pelaburan dalam aspek-aspek yang berkaitan dan industri sokongan seperti syarikat pengurusan acara, penyewaan peralatan dan sajian. Pembangunan industri kreatif juga mampu meningkatkan dan memantapkan syarikat sedia ada di samping membuka ruang dan peluang kerjaya dan seterusnya mengurangkan kadar pengangguran di Malaysia. Penekanan terhadap industri ini dapat membantu meningkatkan bilangan dan tahap kepakaran penggiat industri ini. Oleh itu, sokongan padu daripada pihak kerajaan dan swasta serta persekitaran yang kondusif mampu menarik pakar kreatif dari luar berkongsi kemahiran mereka di negara ini. Dengan cara ini, hubungan antarabangsa dapat diperkukuh.

Lawatan budaya dan pertukaran modal insan juga boleh dilakukan bagi meningkatkan kemahiran dan kepakaran, selain pemindahan teknologi. Penghasilan produk usaha sama mampu meningkatkan hubungan antara negara dan memastikan perkongsian pengalaman dan pengetahuan bagi menghasilkan produk yang lebih bermutu.

Penyelidikan dan pembangunan sama ada fizikal (prasarana, peralatan, teknologi, sumber manusia) ataupun bukan fizikal (pengisian dan teknik penyampaian) amat penting dalam memajukan industri kreatif. Penyelidikan berterusan amat diperlukan bagi meningkatkan kreativiti dan membuka ruang inovasi serta eksploitasi teknologi ke arah penghasilan produk baharu seperti animasi yang menggabungkan seni filem, seni lukis dan perisian komputer melalui platform multimedia. Ini seterusnya meningkatkan mutu sesuatu produk dan membantu penjenamaan produk tempatan bagi tujuan pasaran antarabangsa di samping menyaingi produk-produk di pasaran rantau ini.

Langkah mempatenkan produk industri kreatif dapat membantu usaha pemasaran produk tersebut di samping usaha mengekalkan warisan seni budaya. Oleh itu, budaya menghargai harta intelek perlu diwujudkan dalam kalangan masyarakat Malaysia selaras dengan pembangunan industri kreatif di samping meningkatkan kesedaran mengenai harta intelek dalam usaha membantu mengekalkan warisan negara dan menjamin pulangan royalti kepada karyawan.

Oleh itu, DIKN merangka 11 strategi bagi memperkasa industri kreatif negara ini seperti yang berikut:

- i. Memantapkan keupayaan modal insan dalam industri melalui latihan kepakaran, pembelajaran dan peluang berkreatif.
- ii. Mewujudkan persekitaran yang kondusif dengan membangunkan institusi, prasarana dan sokongan kewangan melalui pemberian insentif, dana dan pelaburan.

- iii. Memastikan produk jenama Malaysia diterima dalam pasaran tempatan dan mampu bersaing di pasaran serantau dan antarabangsa melalui promosi secara berterusan.
- iv. Meningkatkan usaha-usaha penyelidikan dan pembangunan berterusan dalam memajukan industri kreatif.
- v. Menggalakkan inovasi dan penggunaan teknologi serta meningkatkan kepakaran tempatan ke arah kemajuan dalam penciptaan produk dan karya industri kreatif.
- vi. Menggalakkan penglibatan syarikat-syarikat swasta, syarikat berkaitan kerajaan (GLC) dan syarikat multinasional (MNC) untuk memberi sokongan berterusan dalam memajukan industri kreatif negara.
- vii. Memperkukuh industri sokongan atau hiliran melalui penyediaan dana, prasarana dan insentif bersesuaian, menggalakkan stesen penyiaran memberi lebih banyak peluang kepada syarikat penyedia kandungan serta memperkemaskan sistem pembekalan bahan mentah bagi menjana penghasilan produk kreatif.
- viii. Pengurusan, pelaksanaan dan penguatkuasaan undang-undang, akta, peraturan, dan hak cipta untuk memantapkan proses kawal selia bagi setiap produk dan karya industri kreatif.
- ix. Membangunkan harta intelek sebagai aset baharu perniagaan.
- x. Menyemai apresiasi dan persepsi positif dalam kalangan masyarakat mengenai imej, potensi dan masa depan industri kreatif agar setaraf dengan bidang profesional yang lain.
- xi. Memanfaatkan institusi-institusi kreatif kerajaan, bukan kerajaan dan NGO sebagai rakan kongsi dalam membangunkan industri kreatif.

### 3.5 Status Industri Filem Tempatan

Perkembangan industri perfileman tempatan bagi tempoh 11 tahun yang lalu (2000 hingga 2011) menunjukkan potensi positif untuk muncul sebagai industri yang berdaya maju dan berdaya saing dengan kemunculan penerbit dan karyawan filem berwibawa dan berbakat. Peningkatan jumlah filem yang diterbitkan dan sambutan hangat penonton tempatan di samping adanya pawagam berteknologi terkini seperti sistem bunyi yang canggih, hiasan dalaman, tempat duduk yang selesa, persekitaran yang kondusif dan peningkatan teknologi sinematografi berjaya menarik perhatian penonton sehingga banyak filem yang mencapai taraf *box office*, iaitu mencapai jualan tiket melebihi RM4 juta.

Bilangan filem yang diterbitkan juga menunjukkan peningkatan. Jika pada tahun 2000, hanya lapan judul filem dihasilkan, bilangan itu meningkat kepada 11 judul (2001). Namun jumlahnya berkurangan kepada 10 judul pada tahun 2002 sebelum kembali rancak dengan 16 judul pada 2003, dan meningkat lagi pada tahun 2004 (22 judul) dan 2005 (23 judul). Pada tahun 2006, 2007 dan 2008 bilangan filem diterbitkan kekal 28 judul, sebelum merosot pada tahun 2009 dengan 27 filem. Jumlahnya meningkat semula kepada 29 judul pada 2010 dan 42 judul pada 2011 ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)).

Bilangan penonton filem cereka pawagam tempatan secara umumnya menunjukkan peningkatan saban tahun, iaitu 3.81 juta pada 2004, 3.74 juta (2005), 4 juta (2006), 3.73 juta (2007), 5.29 juta (2008), 6.03 juta (2009), 9.24 juta (2010) ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)). Taburan penonton mengikut negeri pula menunjukkan Wilayah Persekutuan, Selangor, Johor, Perak dan Pulau Pinang adalah antara negeri yang mempunyai penonton filem tertinggi bagi tahun 2004 hingga 2011 manakala bagi Kelantan, Terengganu dan Perlis tiada penonton kerana ketiadaan panggung wayang di negeri tersebut.

Jika dilihat dari segi bahasa, penonton yang menonton filem berbahasa Inggeris lebih tinggi berbanding filem Melayu, Cina atau India. Ini kerana filem Inggeris yang diimport dari Hollywood sering mendapat perhatian masyarakat Malaysia berbanding filem tempatan yang hanya disasarkan kepada kelompok tertentu. Penonton di Malaysia lebih rela berhabis RM8 untuk tonton filem Hollywood yang berbajet RM200 juta. Katanya, itu adalah situasi sebenar yang sedang dihadapi industri perfileman Melayu di Malaysia dan penonton tak boleh disalahkan kerana mereka ada banyak pilihan ([www.sinemamalaysia.com.my](http://www.sinemamalaysia.com.my)).

Umumnya, kegiatan industri perfileman tempatan dapat dikategorikan kepada tiga aktiviti utama, iaitu pengeluaran, pengedaran, dan pempamer. Ketiga-tiga aktiviti berkenaan dikawal selia oleh FINAS mengikut Akta Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia 1981 (Akta 244) melalui lesen yang dikeluarkan (Dasar Filem Negara, 2005).

Sektor pengeluaran terdiri daripada aktiviti pengeluaran filem cereka pawagam, cereka VCD, cereka TV, muzikal, dokumentari, drama TV, pendidikan, iklan, aktiviti penyalinan filem, dan lain-lain. Antara tahun 1999 hingga 2003 sebanyak 629 buah syarikat sudah dilesenkan. Syarikat Bumiputera mendominasi aktiviti pengeluaran filem dengan 435 buah syarikat (69 peratus). Dalam tempoh yang sama sebanyak 71 filem cereka pawagam dikeluarkan, iaitu secara purata sebanyak 14 judul setahun dengan kos sebanyak RM1.4 juta per judul. Pengeluaran filem iklan adalah yang paling berjaya, iaitu sebanyak 6,650 Sijil Filem Iklan Buatan Malaysia (MIM) telah dikeluarkan FINAS.

Aktiviti pengedaran filem bagi tempoh 1999 sehingga 2003 mendapati bilangan pengedar video mengatasi filem seluloid. Sebanyak 293 lesen pengedaran filem seluloid (6 peratus) dikeluarkan berbanding 4,473 lesen pengedaran video (94 peratus). Syarikat Bumiputera menjadi pengedar utama filem seluloid, iaitu sebanyak 215 buah syarikat (73 peratus) manakala pengedaran video dikuasai syarikat bukan Bumiputera dengan

91 peratus daripada jumlah keseluruhan, iaitu 4,052 buah syarikat berbanding 421 buah syarikat Bumiputera (Dasar Filem Negara, 2005).

Terdapat 35 syarikat pempamer di seluruh Malaysia dengan enam syarikat pempamer utama menguasai pawagam: Golden Screen Cinemas (GSC), Tanjung Golden Village (TGV), Premier Cinemas, Lotus Five Star Cinema, MBO Cinemas, dan Mega Pavilion. Golden Screen Cinema Sdn Bhd (GSC), milik jutawan Tan Sri Robert Kuok menerusi syarikat pelaburannya PPB Group merupakan pemain utama dalam bidang ini dengan memiliki 192 panggung dan 100 lagi dalam cadangan pembinaan manakala TGV milik Ananda Krishnan adalah syarikat kedua terbesar yang memiliki 124 panggung, menerusi syarikat pelaburannya Tanjong PIC. Lotus Five Star Cinema yang banyak menayangkan filem untuk komuniti India pula ialah syarikat usaha sama antara Kumpulan Lotus (pemilik restoran Lotus) dengan BIG Cinemas, anak syarikat Reliance Anil Dhirubhai Ambani.

Merujuk pada perangkaan pemegang Lesen Pempamer Filem sehingga 2003, hanya terdapat dua syarikat Bumiputera (1 peratus) berbanding 201 syarikat bukan Bumiputera (99 peratus). Perangkaan juga menunjukkan pemilikan pawagam pada masa ini dikuasai oleh bukan bumiputera dengan 82 peratus. Selebihnya dimiliki oleh Bumiputera (6 peratus) dan rakyat asing (12 peratus) (Dasar Perfileman Negara, 2005). Oleh itu, bagi membantu pengeluaran filem tempatan, khususnya Bumiputera, kerajaan melalui FINAS telah menguatkuasakan Syarat Wajib Tayang, iaitu mewajibkan pawagam menayangkan filem tempatan mengikut jadual yang ditetapkan mulai 1 Januari 1991. Usaha ini sedikit sebanyak telah membantu pembangunan industri pengeluaran filem tempatan.

Selain itu, bagi merancakkan industri filem tempatan, kerajaan mengumumkan pemberian insentif cukai seperti yang dinikmati oleh penerbit filem Melayu. Sebelum ini, filem keluaran tempatan yang menggunakan bahasa lain diklasifikasikan sebagai

filem "asing", melainkan 60 peratus daripada dialognya menggunakan bahasa Malaysia. Istilah "filem tempatan" diberi definisi baharu apabila meliputi karya tempatan yang menggunakan bahasa selain bahasa Malaysia (Bernama, 11 Jun 2011). Selain itu, karya tempatan diklasifikasikan sebagai "filem tempatan" jika sekurang-kurangnya separuh daripada sesebuah filem itu dihasilkan di Malaysia dan sekurang-kurangnya 51 peratus hak ciptanya dimiliki rakyat Malaysia. Filem-filem ini juga akan menikmati keistimewaan seperti yang diperuntukkan kepada filem Melayu, termasuk syarat wajib tayang selama dua minggu di pawagam serta insentif cukai

Bagi Tan Kheng Seong, pengarah *Ice Kacang Puppy Love*, filem Cina terbitan tempatan yang mendapat sambutan hangat dan menerima rebat cukai RM740,000, perubahan yang dibuat terhadap peraturan itu merupakan ganjaran besar kepada industri filem tempatan. Langkah ini menjadi pemangkin kepada kemajuan industri kreatif di negara ini kerana mendorong beberapa penerbit menghasilkan filem baharu seperti *Petaling Street Warrior* dan *3X Trouble*. Malah ada penerbit yang menggabungkan bakat tempatan dan asing untuk memastikan filem terbitan mereka turut mendapat sambutan di luar negara. Selain filem *Ice Kacang Puppy Love*, beberapa karya tempatan lain turut diberi rebat cukai, termasuk *Tiger Woohoo* dan *Lelio Po Po*. Jumlah rebat cukai yang diberi itu dikatakan mencapai jumlah hampir RM2 juta (Bernama, 11 Jun, 2011). Pada tahun 2010, sejumlah 29 filem cereka tempatan meraih RM76.02 juta melalui jualan tiket dan menerima rebat cukai hiburan berjumlah RM12.83 juta daripada kerajaan (Bernama. 11 Jun , 2011).

### **3.5.1 Penerbitan Filem dan Konsep 1 Malaysia**

Pengenalan konsep 1 Malaysia oleh Perdana Menteri Malaysia, Dato' Seri Najib Abdul Razak yang menekankan perpaduan pelbagai kaum di negara ini dalam sama-sama menggembleng tenaga untuk menjadikan Malaysia sebagai negara maju dan dinamik

selaras dengan Wawasan 2020 ([www.1malaysia.com.my](http://www.1malaysia.com.my)) turut memberi kesan pada industri filem negara. Pendekatan penerbitan filem mengalami transformasi apabila penerbit kaum Cina digalakkan menerbitkan filem mengenai orang Melayu dan orang Melayu menerbitkan filem mengenai masyarakat Cina dan India. Jalinan cerita juga dipelbagaikan supaya dapat menembusi pasaran yang lebih besar berbanding hanya tertumpu kepada kaum tertentu sahaja seperti sekarang (Bernama, 23 Februari, 2011).

Oleh sebab itu, semua filem yang diterbitkan di negara ini dianggap sebagai filem tempatan walaupun menggunakan bahasa lain. Namun filem-filem itu harus mempunyai sari kata bahasa Malaysia. Satu dana juga akan diwujudkan di samping bantuan teknologi media dan peruntukan penyelidikan untuk meningkatkan kualiti pengeluaran filem animasi negara.

Konsep 1 Malaysia dilihat sebagai wadah untuk perpaduan dan menurut Ahmad Idham, pengarah dan pemilik Excellent Pictures Sdn Bhd,

Sebuah filem 1Malaysia sepatutnya memberi impak kepada penonton bahawa saya bangga menjadi warga Malaysia.(Ahmad Idham, *Sinema Malaysia*, Disember 2009:15).

Bagi A Wahab Hamzah pula, konsep 1 Malaysia bukan hanya mengutarakan konsep hubungan dan perpaduan, tetapi melalui filem masalah kaum boleh diutarakan bagi memahami budaya lain dan masalah sosial yang membelenggu setiap masyarakat di negara ini (*Sinema Malaysia*, Disember 2009:11).

### **3.5.2 Masalah Industri Filem Tempatan**

Bagi menjadikan industri filem tempatan berdaya maju dan berdaya saing, beberapa masalah yang dihadapi industri filem tempatan dikenal pasti. Kajian penilaian semula



industri perfileman tempatan menerusi Dasar Filem Negara 2005 (DFN, 2005) menyatakan masalah industri perfileman tempatan membabitkan aspek seperti yang berikut:

i. Pengeluaran Filem

a. Penghasilan dan pemilihan skrip yang baik dan bermutu.

Situasi semasa yang dihadapi ialah kurangnya penawaran skrip yang berkualiti serta sesuai dengan kehendak penonton. Bagi menghasilkan skrip yang baik memerlukan kajian terhadap cerita yang hendak disampaikan. Penulis skrip juga harus mendapat pendedahan untuk mengadaptasi semua faktor-faktor yang didapati boleh menyekat atau menghalang penerbitan dan mereka juga harus peka dengan perkembangan semasa. Penulis skrip juga kurang berminat untuk menghasilkan skrip adaptasi atau terjemahan karya-karya penulis terkenal atau berdasarkan karya Sasterawan Negara, dari sumber sejarah Malaysia, peristiwa-peristiwa penting atau kejayaan serta pencapaian yang membanggakan kerana tidak mendapat sambutan.

b. Masalah tenaga kerja

- hanya kira-kira 20 peratus sahaja pengarah filem tempatan mendapat pendidikan formal dalam aspek pengarah dan memahami selok-belok kerjaya mereka. Yang lain melakukannya berdasarkan minat dan pengalaman kerja sahaja.
- Pelakon kurang berkemampuan untuk memvisualisasikan watak dan persekitaran watak tidak memperoleh pendidikan formal dalam bidang lakonan dan tidak bersedia untuk berlatih bagi meningkatkan mutu lakonan.

- Pekerja-pekerja filem tidak berminat untuk mendalami ilmu dalam bidang teknikal. Pengambilan pekerja tidak dilakukan berdasarkan kemahiran yang ada sebaliknya lebih menumpu kepada *on job training* semata-mata.
- c. Masalah pengedaran wujud kerana pengedaran dimonopoli oleh beberapa syarikat besar dengan menggunakan pihak ketiga sama ada pengedar tempatan atau syarikat pengedar luar negara. Pada kebiasaannya, pengedar akan mengutamakan pempamer filem yang diimport yang diperoleh dengan cara yang lebih murah dan lebih menguntungkan kerana boleh menarik ramai penonton.
- d. Masalah tayangan berlaku kerana jumlahnya masih tidak mencukupi walaupun terdapat 203 buah pawagam di seluruh negara. Ini menyebabkan sesebuah filem yang sedang dalam tayangan terpaksa dihentikan tayangannya bagi memberi laluan kepada filem baharu, terutama filem-filem *blockbuster* dari *Hollywood* walaupun filem-filem tempatan boleh mendapat tempat dan menarik penonton.
- ii. Masalah kekurangan infrastruktur
- Kekurangan makmal, peralatan dan studio perfileman dikenal pasti sebagai faktor utama yang melambatkan perkembangan industri filem negara. Buat masa ini, Malaysia hanya mempunyai dua buah makmal filem, iaitu Makmal P.Ramlee di Jabatan Filem Negara Malaysia dan sebuah lagi kepunyaan Syarikat Gaya Colour Laboratory di Shah Alam. Oleh sebab penyediaan

prasarana dan infrastruktur perfileman amat penting dan memerlukan kos yang tinggi, pihak kerajaan perlu menerajui usaha-usaha ini.

iii. Masalah perundangan dan birokrasi pentadbiran

a. Pelesenan

Seksyen 21(1) Akta Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia (FINAS) melarang pengusaha-pengusaha melibatkan diri lebih daripada dua gabungan aktiviti perfileman. Ini menghalang pengusaha-pengusaha yang mempunyai kemampuan modal, pengetahuan dan pengalaman daripada menjalankan ketiga-tiga aktiviti perfileman iaitu pengeluaran, pendedaran dan pempamer;

b. Penapisan filem

Industri filem tempatan menghadapi masalah peraturan penapisan filem oleh Lembaga Penapisan Filem yang dianggap kurang jelas. Penapisan filem hanya dilakukan setelah sesebuah filem siap sepenuhnya dan biasanya pemotongan akan menjejaskan jalan cerita dan mengelirukan penonton. Akibatnya filem menjadi kurang menarik, jalan cerita terganggu, penerbit akan kehilangan penonton dan mengalami kerugian;

c. Pengelasan filem

Filem yang hendak ditayangkan di pawagam atau disiarkan di televisyen kini dikelaskan seperti berikut:

- U—diklasifikasikan untuk tontonan umum yang sesuai untuk semua lapisan masyarakat.

- 18SG—diklasifikasikan untuk tontonan 18 tahun ke atas. Filem ini mengandungi unsur-unsur ganas atau seram tidak keterlaluan
- 18SX—diklasifikasikan untuk tontonan 18 tahun ke atas. Filem ini mengandungi unsur-unsur seks yang tidak keterlaluan
- 18PA—diklasifikasikan untuk tontonan 18 tahun ke atas. Filem ini mengandungi unsur-unsur yang menyentuh aspek-aspek agama, sosial dan politik
- 18PL—diklasifikasikan untuk tontonan 18 tahun ke atas. Filem ini mengandungi kombinasi dua atau lebih unsur-unsur ganas, seram dan seks yang tidak keterlaluan atau menyentuh aspek-aspek agama, sosial dan politik.

Pengelasan filem boleh menjejaskan penontonan filem berkenaan kerana peringkat umur penonton dihadkan.

#### d. Pelabelan

Perintah Perihal Perdagangan (Label Tulen) 2002 menghendaki setiap salinan filem-filem VCD mempunyai label tulen bagi pengenalan barang tulen. Walaupun usaha ini adalah usaha pengamalan originaliti dan mutu penerbitan, namun ini merupakan tambahan kos dan pengurusan kepada aktiviti pengedaran filem.

#### e. Penguatkuasaan

Penguatkuasaan terhadap aktiviti industri filem dan produk filem dijalankan oleh FINAS, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, penguat kuasa Penapisan Filem dan Polis Diraja Malaysia

mengikut akta dan kuasa masing-masing. Penglibatan pelbagai agensi tanpa koordinasi yang terancang amat membebankan dan mengelirukan mereka yang terlibat dalam industri ini.

f. Pertindihan tugas dan kuasa pelbagai agensi

Pada masa kini, terdapat 10 agensi yang terlibat dalam pembangunan industri perfileman. Ini merumitkan lagi proses pembangunan industri itu sendiri kerana lebih banyak karenah birokrasi yang perlu dihadapi oleh pengeluar filem.

iv. Masalah penonton

Penerbit terpaksa akur dengan kehendak penonton. Penayangan filem tempatan masih belum mampu menarik pelbagai golongan masyarakat ke pawagam. Tidak seperti filem import yang boleh diterima oleh pelbagai golongan masyarakat, masih terdapat anggapan bahawa filem Melayu hanya untuk orang Melayu sahaja. Perkara ini boleh diatasi jika bantuan yang bersesuaian diberikan dan skrip yang bermutu dapat dihasilkan.

### **3.6 Masa Depan Industri Filem Malaysia**

Berdasarkan perkembangan semasa, industri filem Malaysia menunjukkan potensi untuk berkembang dan menyumbang kepada pendapatan negara. Ini kerana sokongan kuat daripada penonton tempatan, insentif kerajaan menerusi DIKN, kelonggaran yang diberikan Lembaga Penapisan Filem (LPF) kepada penggiat dan pengkarya filem serta kemudahan pinjaman yang disediakan.

Penerbitan filem Melayu kini semakin rancak dengan bilangan filem yang diterbitkan semakin bertambah sejak beberapa tahun kebelakangan ini. Industri filem

tempatan turut mendapat semula perhatian penonton dan makin diperkatakan secara meluas dan menjadi perbualan ramai. Malah, tujuh filem mencatat sejarah dengan perolehan hasil kutipan tiket melebihi RM8 juta seperti *The Journey* (RM17.17 juta), *KL Gangster* (RM11.74 juta), *Ombak Rindu* (RM10.90 juta), *Ngangkung* ( RM8.18 juta), *Kongsi* (RM8.09 juta), dan *Khurafat* (RM8.08 juta) ([www.finans.gov.my](http://www.finans.gov.my)). Walaupun industri perfileman tempatan mencatatkan peningkatan ketara daripada kutipan tiket dan pecah panggung, filem Hollywood masih menguasai pawagam tempatan, televisyen dan kedai video. Pada tahun 2010, Hollywood menguasai 62 peratus tontonan filem di pawagam berbanding 16 peratus filem Malaysia, filem Hong Kong(15 peratus), dan filem lain (tujuh peratus)(*Berita Harian*, 15 September 2011)

Berdasarkan statistik FINAS, jumlah kutipan kasar keseluruhan filem tempatan pada tahun 2008 mencecah RM43.24 juta dan RM50 juta tahun 2009. Peningkatan itu berkait rapat dengan kenaikan ketara bilangan penonton filem dan jumlah pawagam. Berdasarkan Jadual 3.3, wujud peningkatan dari segi perolehan kutipan tiket selepas *Jangan Pandang Belakang Congkak 2* mencatatkan pendapatan sebanyak RM4.23 juta dan yang tertinggi setakat ini, *Kuala Lumpur Gangster* berjumlah RM11.74 juta. Ini menunjukkan industri filem Melayu walaupun masih lagi pada peringkat bertatih, tetapi menunjukkan potensi besar untuk terus berkembang. Peningkatan jumlah filem yang diterbitkan pada tahun 2011 juga menyebabkan peningkatan dari segi kutipan pecah panggung berjumlah RM125 juta berbanding tahun 2010 dengan hanya RM50 juta.

**Jadual 3.3:** Kedudukan 20 filem tempatan yang mencatat kutipan tertinggi

BIL.	Judul filem	Terbitan	Kutipan(RM/Juta)	Tahun
1	Ngangkung	MIG PRODUCTION SDN. BHD.	8.18Juta	2010
2	Hantu kak limah balik rumah	TAYANGAN UNGGUL SDN. BHD.	8.12Juta	2010
3	Adnan sempit	MIG PRODUCTION SDN. BHD.	7.66Juta	2010
4	Lagi-lagi senario	GRAND BRILLIANCE SDN. BHD.	6.33Juta	2001
5	Geng:pengembaraan bermula	LES'COPAQUE PRODUCTION SDN. BHD.	6.20Juta	2009
6	Sembilu 2	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.	6.10Juta	1995
7	Jangan pandang belakang congkak	MIG PRODUCTION SDN. BHD.	6.09Juta	2009
8	Jangan pandang belakang	MIG PRODUCTION SDN. BHD.	5.78Juta	2007
9	KL drift 2	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.	5.67Juta	2010
10	Khurafat	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.	5.33Juta	2011
11	Cicakman	KRU COMMUNICATION SDN. BHD.	5.15Juta	2006
12	Maria mariana	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.	4.72Juta	1996
13	Duyung	KRU COMMUNICATION SDN. BHD.	4.67Juta	2008
14	Senario the movie	GRAND BRILLIANCE SDN. BHD.	4.58Juta	1999
15	Gerak khas: the movie	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.	4.40Juta	2001
16	Sembilu	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.	4.39Juta	1994
17	Senario lagi	GRAND BRILLIANCE SDN. BHD.	4.37Juta	2000
18	Legenda budak setan	ASTRO SHAW SDN. BHD.	4.28Juta	2010
19	Senario the movie episod 1	MIG PRODUCTION SDN. BHD.	4.26Juta	2008
20	<b>Jangan pandang belakang congkak 2</b>	<b>MIG PRODUCTION SDN. BHD.</b>	<b>4.23Juta</b>	<b>2010</b>

\* Maklumat ini sah sehingga 25 Januari 2011 Dikemas kini pada 29/12/10 5:30PM

(Sumber: FINAS)

Ini menyebabkan FINAS terpaksa menilai semula Skim Wajib Tayang 2005 yang mensyaratkan pempamer menayangkan filem tempatan selama 14 hari berturut-turut dan pengendali pawagam perlu memberi surat tunjuk sebab sebelum menarik balik penayangan disebabkan kekurangan penonton. Sistem baharu Skim Wajib Tayang diperkenalkan mulai Mei 2012 dengan membolehkan dua buah filem tempatan ditayangkan serentak di pawagam di seluruh negara dalam tempoh seminggu bermula 24 Mei 2012.

Kerancangan dan sambutan hangat penonton terhadap filem Melayu berlaku kerana keghairahan mereka terhadap genre seram yang diadunkan dengan sub genre yang melahirkan seram komedi, seram misteri dan seram drama sehingga menjadi genre popular ketika ini (*Sinema Malaysia*, 2011). Dominasi filem seram boleh dilihat menerusi perolehan kutipan tiket *Ngangkung* sebanyak RM8.18 juta, diikuti *Hantu Mak Limah Balik Rumah* (RM8.12 juta).

Jelas di sini bahawa industri filem tempatan bergantung pada filem seram dalam merencanakan industri ini, terutama dari segi sambutan penonton dan kutipan tiket di pawagam. Pada tahun 2011, filem dari genre ini semakin dominan apabila *Khurafat*, *Sini Ada Hantu*, *Di Larang Masuk*, *Senjakala*, *Penunggu Istana*, *Seru*, *Momok Jangan Panggil Aku*, *Karak*, *Toyol Nakal*, dan *Rasuk* diterbitkan dan mencatatkan kutipan memberangsangkan. Malah dikatakan terdapat lebih kurang 15 judul filem seram yang dalam proses pembikinan sama ada pra produksi, penggambaran dan pasca produksi.

Bagi A Wahab Hamzah, antara sebabnya ialah kelonggaran peraturan Lembaga Penapis Filem terhadap karyawan tempatan yang menghasilkan filem seram. Dua filem seram tempatan, *Mistik* (arahan Prof Madya A Razak Mohaideen) dan *Pontianak Harum Sundal Malam* (arahan Datin Paduka Suhaimi Baba) menjadi pemangkin pada kemunculan semula minat penonton filem terhadap genre seram tempatan.

Walaupun mendapat kritikan hebat daripada bekas Perdana Menteri, Tun Dr Mahathir Mohamad yang menyifatkan genre seram tidak produktif dan menyebabkan masyarakat tidak dapat menyelesaikan masalah secara saintifik (*Berita Minggu*, 2 Oktober, 2011), itu tidak mematahkan semangat penggiat filem tanah air untuk terus berkarya. Ahmad Idham menafikan dakwaan Tun Dr Mahathir itu dan menegaskan tidak semua filem seram dan hantu mengetepikan nilai positif seperti kekeluargaan dan agama.

Jangan terus menghukum. Lagipun, filem (genre seram) itu sebenarnya hanya elemen hiburan yang diselitkan dengan unsur komedi, bukan untuk meracuni minda masyarakat. Penonton juga sudah bijak, bukannya bodoh lagi untuk menilai baik dan buruk, terutama yang hadir membeli tiket melihat tayangan (filem) di pawagam. Saya percaya, mereka (penonton) tahu apa (filem) yang mereka tonton dan boleh menilainya.

(*Harian Metro*, 9 Oktober, 2011)



Bagi pensyarah perfileman Fakulti Teknologi Kreatif & Artistik, UiTM, Norman Yusoff, penerimaan genre seram adalah berbeza-beza mengikut individu. Kepuasan menikmati genre seram ini membabitkan banyak perkara dan proses, sama ada dari segi emosi, penceritaan yang membabitkan moraliti dan keadilan sosial, dan estetika. Menurutnya, kajian dan wacana terhadap genre seram di Malaysia perlu mengambil kira keunikan watak dan konsep yang berasal daripada cerita rakyat, legenda, mitos tempatan, dan sejarah amalan animisme. Baginya, genre seram tempatan boleh dilihat sebagai genre nasional secara spesifik yang boleh membantu usaha mencirikan dan mempopularkan sinema Malaysia (*Mingguan Malaysia*, 23 Oktober 2011).

Bagi mantan ketua pengarah FINAS, Mohd Naguib Razak:

Di pihak FINAS tidak mahu membawa proses yang memberikan isyarat kepada industri bahawa akan banyak tapisan atau kekangan. Genre itu tidak boleh buat, yang ini pun tidak boleh buat, sekarang bukan masanya.

(*Harian Metro*, 9 Oktober 2011)

Kemunculan pengarah muda seperti Ahmad Idham, Yusry KRU, Pierre Andre, Shamsul Yusof, Ismail Bob Hashim, Din CJ, Azahari Zain, Mamat Khaled, dan A Razak Mohaideen di samping pengarah veteran seperti Datin Paduka Suhaimi Baba, Othman Hafsham dan Datuk Yusof Haslam menyemarakkan industri perfileman tempatan. Metrowealth International Group (MIG) adalah antara syarikat yang sangat prolifik dan Menurut Pengarah Urusannya, David Teoh, MIG berhasrat menerbitkan 29 judul filem pada 2012 berbanding 19 judul pada 2011 (*Harian Metro*, 25 Oktober 2011). Kemampuan MIG tidak boleh dipertikaikan kerana syarikat itu memiliki 200 orang kru

yang bekerja di belakang tabir, termasuk 10 pengarah muda yang diperkenalkan menerusi Skim Pengarah Muda MIG dan 80 barisan pelakon baharu yang mengikat kontrak dengan anak syarikatnya, iaitu MIG Talent.

Selain MIG, beberapa syarikat tempatan lain turut aktif menerbitkan filem seperti Tayangan Unggul Sdn Bhd, Line Clear Motion Picture Sdn Bhd, SKOP Production Sdn Bhd, Primeworks Studio Sdn Bhd dan KRU Studio. Masa depan industri perfileman tempatan bertambah cerah apabila kerajaan menerusi FINAS menjual produk filem tempatan ke luar negara dengan penyertaannya ke festival antarabangsa seperti Hong Kong Filmart (Hong Kong), MIPTV di Cannes (Perancis), American Film Market (Amerika Syarikat), Marche Du Film (Perancis), MIPCOM, pasaran filem Eropah dan pasaran televisyen Asia.

**Jadual 3.4:** Prestasi jualan filem tempatan pada pasaran filem antarabangsa

<b>Tahun/pasaran filem</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Hong Kong filmart	85,285,00	155,780,00	230,730,00	388,300,00	512,600,00
MIPTV	125,660,00	465,410,00	863,070,00	x	1,210,000,00
MIPCOM	472,470,00	677,130,00	740,205,00	1,510,000,00	1,770,000,00
American film market	x	x	238,450,00	395,430,00	645,000,00
Marche du film	x	x	x	436,790,00	x
European film market	x	x	x	366,210,00	x
Asian TV forum	x	x	x	1,585,000,00	1,960,000,00
<b>Jumlah</b>	<b>683,415,00</b>	<b>1,298,320,00</b>	<b>2,072,455</b>	<b>4,681,730,00</b>	<b>6,097,600,00</b>

X=Tidak menghadiri pasaran filem

(Sumber: FINAS)

Berdasarkan Jadual 3.4, Malaysia telah menyertai tiga filem antarabangsa pada tahun 2006, dan memperoleh jualan sebanyak RM683,415. Angka jualan berkenaan meningkat saban tahun, iaitu dari RM1,298,320 juta (2007) kepada RM2,072,455 juta (2008), RM4,681,730 (2009) dan RM6,097,600 juta (2010)([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)). Hasil jualan filem tempatan pada festival antarabangsa bagi tahun 2011 juga agak

memberangsangkan dengan penyertaan 10 syarikat kreatif Malaysia di Hong Kong Filmart dan perolehan jualan sebanyak RM50.5 juta. MIPTV di Cannes Perancis pula menyaksikan penyertaan lapan buah syarikat dengan jualan berjumlah RM25.6 juta manakala di Marche Du Film, Cannes dan MIPCOM Cannes, Perancis mencatat jualan berjumlah jumlah jualannya RM48 juta dan RM50 juta masing-masing.

Secara keseluruhannya, dianggarkan jumlah jualan produk kreatif bagi tahun 2011 berjumlah RM174.1 juta (Rais Yatim, 21 Oktober 2011). Walaupun tidak menepati sasaran sebanyak RM174.1 juta untuk filem dan program televisyen bagi tahun 2011, jualan sebanyak RM93 juta adalah baik berbanding hanya RM6.5 juta pada tahun 2010 (Bernama, 15 Mac 2012).

Selain itu, bagi membantu syarikat tempatan menerokai pasaran antarabangsa dan meningkatkan kemampuan modal mereka, kerajaan menerusi Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Warisan melancarkan pinjaman Dana Industri Kreatif pada 31 Disember 2009 berjumlah lebih RM300 juta. Proses pemberian pinjaman mula diberikan pada Februari 2010 dan sehingga kini sebanyak 255 permohonan sudah diterima. Daripada jumlah itu, sebanyak 115 permohonan dengan jumlah pinjaman RM127 juta sudah diluluskan dan sebanyak 45 permohonan berjumlah RM87 juta dalam kajian untuk kelulusan dan baki RM40 juta dijangka dapat diagihkan kepada mereka yang layak pada Januari 2012 (Rais Yatim, 2011).

Kejayaan produk kreatif Malaysia dalam menerokai pasaran antarabangsa jelas terbukti apabila hampir 20 projek yang memperoleh pembiayaan daripada pinjaman Dana Industri Kreatif disenaraikan sebagai produk bertaraf antarabangsa. Antara syarikat yang memperoleh bantuan kerajaan dan mendapat kejayaan di luar negara ialah Les' Copaque Production yang popular dengan filem dan program animasi *Upin & Ipin* dan KRU Studios dengan filem *Hikayat Merong Mahawangsa*, *Magika*, *Karak* dan *Vikingdom* yang sudah berjaya menembusi pasaran antarabangsa (Harian Metro, 5

November, 2011). Filem *Hikayat Merong Mahawangsa* berjaya menarik minat 72 negara untuk menayangkannya manakala Syarikat Silver Ant Sdn Bhd melancarkan filem animasi *Seefood* di Cannes, Perancis pada April 2011 bagi pasaran luar negara dan filem *Bunohan* terbitan Apparat Sdn Bhd dipamerkan di Festival Filem Antarabangsa Toronto, Kanada. Siri animasi *Boo and Mee* oleh Insipedia Sdn Bhd yang dihasilkan di studio animasi yang ditubuhkan pada 2002 turut berjaya ditayangkan di rangkaian televisyen Kidsco, United Kingdom (Rais Yatim, 21 Oktober, 2011).

Bagi memberi peluang kepada lebih ramai masyarakat Malaysia untuk sama-sama menyemarakkan industri perfileman negara, terutama sekali meningkatkan dan mempelbagaikan idea kreatif yang boleh diterjemahkan ke layar perak, FINAS dengan kerjasama Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), Multimedia Development Corp Sdn Bhd, Bank Simpanan Nasional, syarikat penerbitan filem dan stesen televisyen tempatan menganjurkan acara Malaysia Creative Pitch (MC Pitch) pada 17 November, 2011 di Kompleks Studio Merdeka, Hulu Klang. Menurut Pengarah Acara MC Pitch, Martias Mohd Ali,

...kita harus beri fokus kepada idea atau jalan cerita menarik sebelum skrip dihasilkan. Idea sesuatu yang subjektif, tetapi saya percaya orang ramai daripada pelbagai latar belakang pasti mempunyai cerita menarik untuk dikongsi.

(*Harian Metro*, 5 November 2011)

Dalam acara ini, orang ramai boleh bertemu produser dan menjual idea mereka. Jika idea mereka disukai, kad hijau diberikan dan mereka berpeluang bercerita di pentas khas selama 15 minit dan jika berjaya mereka akan memperoleh hadiah daripada

penganjur. Namun, peserta perlu melakukan langkah susulan dengan stesen televisyen atau penerbit filem untuk mengetahui sama ada mereka akan menerbitkan skrip terbabit.

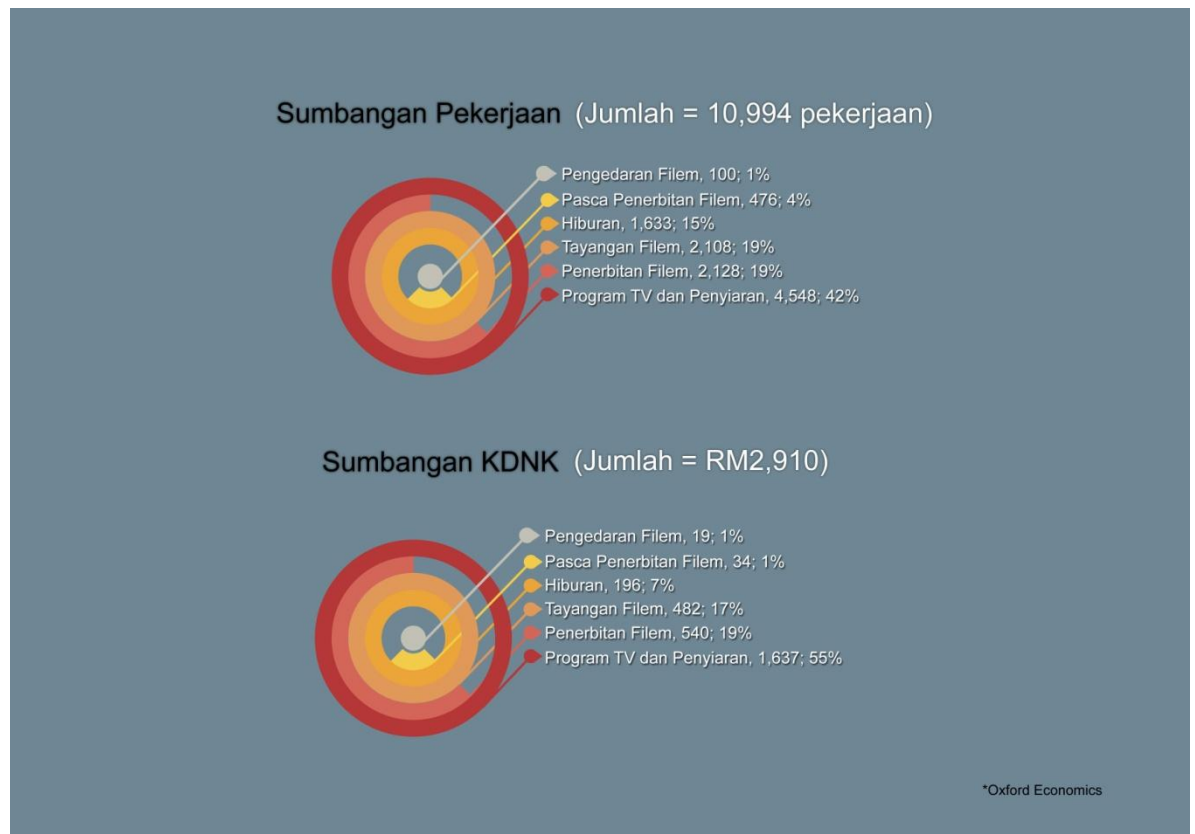
Mantan Ketua Pengarah FINAS, Mohd Naguib Razak, optimis dengan perkembangan dan potensi industri perfileman tempatan kerana berdasarkan kerancakan industri berkenaan dan keyakinan lebih banyak syarikat untuk melabur bagi menerbitkan filem, terutama filem cereka. Beliau menyifatkan perkembangan pesat itu hasil daripada bantuan kerajaan yang menyediakan pelbagai bentuk bantuan sama ada kewangan, teknikal atau pemasaran.

Kalau 10 tahun dulu dalam setahun, cuma ada 25 filem cereka diterbitkan tetapi sekarang ini bilangannya mencecah 60 filem cereka setahun. Malah saya anggarkan sehingga hujung tahun ini sahaja kutipan tiket kasar filem-filem cereka tempatan mampu mencapai RM100 juta. Pada Festival Filem Malaysia ke -24 pada 20 November lalu sahaja sebanyak 41 filem cereka bertanding dalam pelbagai anugerah. Jumlah itu tidak termasuk filem-filem animasi, dokumentari dan filem pendek. Semua itu menggambarkan yang industri ini semakin berkembang pesat.

*(Utusan Malaysia, 6 Disember 2011)*

Sebagai sebahagian daripada insentif menerusi Pelan Transformasi Industri filem tempatan, kerajaan turut memberi rebat sebanyak 30 peratus terhadap kos produksi filem yang diterbitkan di negara ini atau syarikat filem dari luar negara yang menjadikan Malaysia sebagai lokasi penggambaran. Untuk mendapatkan rebat itu, syarikat filem tempatan perlu menerbitkan filem berkos melebihi RM2.5 juta dan menunjukkan semua dokumen sokongan yang diperlukan. Syarikat luar negara yang

melakukan penggambaran di Malaysia juga layak memperoleh rebat tersebut sekiranya perbelanjaannya melebihi RM5 juta. Selain itu, sebanyak RM120 juta diperuntukkan kepada Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan (kini dikenali sebagai Kementerian Komunikasi dan Multimedia) bagi membantu pengkarya kreatif dalam bidang animasi, video digital dan dokumentari (BERNAMA, 15 Mac, 2012).



**Rajah 3.1:** Sumbangan industri filem dan televisyen kepada pekerjaan dan Keluaran Dalam Negara Kasar Malaysia, 2013

Tidak dapat dinafikan bahawa industri ini memberi sumbangan kepada negara. Kajian yang dijalankan Motion Picture of America (MPAA) yang dilaksanakan Oxford Economics menganggarkan industri filem dan televisyen tempatan menyumbang sebanyak RM2.91 bilion kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan menyokong 10,994 pekerjaan pada tahun 2013. Industri ini juga menjana pendapatan bercukai berjumlah RM366 juta dan 0.3 peratus daripada keseluruhan pendapatan

negara. Jika dilihat pada Rajah 3.1, daripada jumlah keseluruhan tenaga kerja dalam industri filem dan televisyen, majoritinya terbabit dalam bidang penyiaran dan program televisyen, iaitu 42 peratus (4,548 orang) diikuti dengan penerbitan filem (19 peratus atau 2,128 orang) dan tayangan filem (19 peratus atau 2,108 orang). Selebihnya terlibat dalam sektor hiburan di rumah (menjual DVD dan Blu-ray) seramai 1,663 orang (15 peratus), pasca penerbitan seramai 476 orang (empat peratus), dan pengedaran filem sebanyak 100 orang (satu peratus).

Menurut Oxford Economics (2013), industri filem dan televisyen negara ini menghasilkan kesan langsung dan kesan “induced”. Kesan langsung terhasil menerusi pembelian kandungan filem dan televisyen daripada pelbagai industri dan urusan niaga dalam rangkaian industri filem (pembelian oleh stesen televisyen, jualan dalam bentuk DVD serta Blu-ray, Astro First dan eksport ke luar negara) manakala kesan “induced” terhasil daripada pekerja yang terbabit secara terus dalam industri filem dan televisyen yang membelanjakan pendapatan mereka sekali gus menyumbang kepada pendapatan negara.

### **3.7 Kesimpulan**

Bab ini membincangkan semua aspek yang menjadi ramuan penting kepada industri perfileman tanah air. Sorotan dengan sejarah diikuti dengan kejatuhan filem Melayu, masalah yang dihadapi dan kini dengan bantuan kerajaan menerusi Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) dan Dasar Perfileman Negara (DFN), industri perfileman mula menampakkan potensinya yang besar, terutama sekali menggalakkan lebih banyak syarikat melabur untuk menerbitkan filem. Perbincangan juga membabitkan potensi masa depan industri kreatif negara, terutamanya filem dalam menyumbang pendapatan dan membuka lebih banyak peluang pekerjaan kepada rakyat Malaysia. Walaupun industri filem tempatan kecil, Malaysia sudah membuktikan kepakaran rakyat tempatan

dalam bidang animasi dengan penerbitan filem animasi berkualiti tinggi seperti *Upin & Ipin*, *Salahuddin The Animated Series* dan *Seefood*.



## **BAB 4**

### **FILEM SEBAGAI INDUSTRI PRODUK BUDAYA GLOBAL**

#### **4.1 Pengenalan**

Bab ini membincangkan model dan produk budaya, terutamanya Hollywood dalam usaha melihat impak proses globalisasi media yang menyebabkan syarikat media Amerika Syarikat muncul sebagai syarikat gergasi menguasai pasaran. Walaupun menerima cabaran daripada pelbagai syarikat media dari Eropah dan Asia, keutuhan syarikat filem Hollywood sukar digugat kerana pemilikan modal yang besar dan menguasai pelbagai cabang perniagaan daripada penerbitan filem, rangkaian televisyen, taman tema, buku, majalah, muzik dan Internet.

Perbincangan akan dibahagikan kepada beberapa perkara, iaitu pengglobalan syarikat media antarabangsa, industri filem Hollywood, peranan Motion Picture Association of America (MPAA), pengkomoditian produk budaya dan polisi kreatif di beberapa negara terpilih.

#### **4.2 Pengglobalan Syarikat Media Antarabangsa**

Globalisasi terhadap industri media menyebabkan berlakunya pemilikan syarikat media di tangan segelintir pihak. Ini bermakna hanya beberapa syarikat media massa gergasi menguasai industri media global. Syarikat “transnational corporation” (TNC) berkenaan juga memastikan kandungan yang dihasilkan dalam bentuk cetak misalnya, novel dapat dipindahkan kepada pelbagai bentuk media ke pelbagai syarikat media yang dimiliki mereka menerusi proses pengambilalihan dan penggabungan (*M&A*).

Proses M&A yang dilakukan dalam industri telekomunikasi, Internet dan media global berlangsung dengan pantas. Dianggarkan pada pertengahan tahun 2000, nilai M&A berjumlah US\$300 bilion, iaitu tiga kali ganda lebih tinggi berbanding tahun

1999, dan jauh lebih tinggi berbanding 10 tahun lalu. McChesney (2004) mendedahkan bahawa rancangan M&A merupakan usaha syarikat TNC bagi menguasai pasaran produk budaya dunia. Presiden News Corp menyatakan:

You need to have enough marketplace dominance that people are forced to deal with you. There are great arguments about whether content is king or distribution is king. At the end of the day, scale is king. If you can spread your costs over a large base, you can outbid your competitors for programming and other assets you want to buy.

(McChesney, 2004: 9)

Melalui proses M&A, terbentuk syarikat gergasi yang mendominasi pasaran seperti General Electric (pemilik NBC), AT&T/Liberty Media, Disney, AOL-Time Warner, Sony, News Corp, Viacom, Vivendi dan Bertelsmann. Kebanyakannya berasal dari Barat kecuali Sony (Jepun) dan Bertelsmann (Jerman).

Syarikat berkenaan yang memiliki kekuatan modal yang cukup besar bagi menguasai pasaran media antarabangsa dan mengatasi Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) sesebuah negara. Tujuan utama M&A adalah bagi mengetepikan persaingan yang mungkin muncul daripada pelbagai syarikat dan menggugat penguasaan syarikat gergasi itu. Kesemua syarikat media gergasi ini memanfaatkan sinergi antara perniagaan yang dimiliki mereka untuk menguasai pasaran dunia dengan menggunakan kaedah menegak dan melintang dalam mengembangkan perniagaan mereka ke peringkat global. Inibagi memonopoli pasaran media di seluruh dunia dengan menguasai penguasaan bahan mentah (idea yang kemudiannya diterjemahkan kepada skrip) kepada pengeluaran, pengedaran dan tayangan.

Kaedah integrasi menegak merujuk kepada syarikat perniagaan yang mengawal pengeluaran sesuatu produk bermula daripada peringkat bahan mentah, pemprosesan, pengangkutan dan penjualan produk yang sudah siap manakala integrasi melintang bermaksud syarikat berusaha mengawal pasaran sesuatu barangan siap dan sekali gus mengawal pengeluaran dan harga barangan (Shakila, 2005).

Sebelum berlakunya proses globalisasi dan penyatuan teknologi antara komputer, telekomunikasi dan media, setiap syarikat media gergasi dunia ini beroperasi secara berasingan. Sebelum ini, Disney misalnya hanya memiliki taman tema dan program kartun yang disiarkan di televisyen manakala Time hanya terbabit dalam bidang percetakan majalah. Bagaimanapun, selepas berlakunya proses berkenaan, penggabungan dan pengambilalihan yang berlaku antara syarikat media membentuk pasaran oligopoli antarabangsa.

Antara yang paling berpengaruh ialah News Corp milik jutawan Rupert Murdoch, yang menguasai hampir sebahagian besar kepentingan dalam pelbagai syarikat media sama ada di Amerika Syarikat, Eropah, Asia, dan Amerika Latin. News Corp mempunyai saham dalam 132 syarikat akhbar di Australia, Britain dan Amerika Syarikat di samping menguasai syarikat filem Twentieth Century Fox, pengeluar filem, televisyen dan video, termasuk FoxTV Network, Harper Collins, stesen televisyen, saluran televisyen kabel, 130 akhbar (yang terbaru ialah penguasaan terhadap akhbar kewangan berpengaruh, *Wall Street Journal*), dan pasukan sukan profesional (Herman dan McChesney, 1997). Malah, dengan memiliki perkhidmatan televisyen satelit, ia menguasai penyiaran televisyen di Asia, Eropah dan Amerika Latin. Di Asia, syarikat Star TV milik Murdoch memiliki 30 saluran dalam tujuh bahasa manakala perkhidmatan televisyen News Corp di China, Phoenix TV disiarkan kepada 45 juta rumah di negara berkenaan.

Selain syarikat media gergasi dunia yang boleh dikelaskan pada tahap pertama, terdapat juga syarikat media antarabangsa yang dikelaskan McChesney (2004) sebagai media lapis kedua yang merangkumi beberapa syarikat media milik negara sedang membangun seperti Televisa (Mexico), Globo (Brazil), Clarin (Argentina), dan Kumpulan Cisneros (Venezuela) manakala dari negara membangun, termasuk dari Amerika Utara seperti Dow Jones, Gannett, Knight-Ridder, Hearst, dan Advance Publications. Ini termasuk juga yang dari Eropah seperti Kirch Group, Mediaset, Prisa, Pearson, Reuters, dan Reed Elsevier. Syarikat media tahap kedua ini menguasai pasaran peringkat tempatan dan serantau manakala beberapa syarikat media seperti Televisa dari Mexico dan Globo (Brazil), mengeksport produk tele novela mereka ke peringkat global, termasuk Malaysia.

Selain itu terdapat beberapa pemain dalam kategori syarikat media tahap kedua yang hanya memberikan tumpuan terhadap pasaran khusus seperti animasi dan satelit televisyen digital. Antaranya, DreamWorks yang diasaskan David Geffen, Stephen Spielberg dan Jeffrey Katzenberg yang mendapat bantuan kewangan sebanyak US\$500 juta daripada pengasas bersama Microsoft Corp (Microsoft), Paul Allen untuk muncul sebagai pemain utama dalam industri animasi dunia dan satelit televisyen digital.

DirecTV yang dimiliki Hughes Electronics pula merupakan anak syarikat General Motors dan AT&T yang berhasrat menguasai pasaran perkhidmatan satelit televisyen digital dunia selepas mendominasi pasaran di Amerika Syarikat.

Kedua-dua jenis syarikat media ini seringkali bekerjasama antara satu sama lain. Walaupun Cisneros Group dan News Corp bersaing dalam perkhidmatan penyiaran satelit di Amerika Latin, kedua-duanya sebenarnya sering bekerjasama antara satu sama lain (McChesney, 2004).

Kejayaan sistem media global tidak akan tercapai tanpa sokongan dan bantuan kewangan daripada sistem perbankan. Antara bank yang aktif menyokong proses M&A

syarikat media antarabangsa ialah Morgan Stanley dan Goldman Sachs. Kedua-dua bank ini terbabit dalam proses M&A terhadap 52 syarikat media dan telekomunikasi dengan nilai AS\$450 bilion tahun 2000 dan AS\$433 bilion pada tahun 1999.

Selain itu, sistem media global juga tidak dapat berfungsi dengan baik tanpa sokongan dan kemajuan dalam bidang ICT. Kemunculan Internet sebagai medium yang membolehkan komunikasi dilakukan pada bila-bila masa dan di mana-mana sahaja dengan kos yang rendah masih belum dapat memecahkan monopoli serta penguasaan syarikat media gergasi. Sebaliknya, proses penggabungan antara syarikat telekomunikasi, media dan komputer seperti Microsoft, AOL-Time Warner, AT&T, dan Telefonica menyebabkan munculnya syarikat media gergasi baharu. Pada masa yang sama, syarikat media tahap satu dan dua memanfaatkan Internet sebagai salah satu daripada saluran untuk menjual dan menyalurkan kandungan mereka kepada pengguna.

Berdasarkan struktur media antarabangsa, ternyata hanya syarikat media gergasi yang memiliki kekayaan, sumber tenaga, teknologi dan kepakaran serta menguasai sistem media dunia saja yang dapat menghasilkan kandungan untuk pasaran global.

Syarikat media gergasi dari Amerika Syarikat memiliki kelebihan berbanding negara lain kerana industri budayanya sudah matang dan mantap. Oleh itu, syarikat-syarikatnya mampu menawarkan produk pada harga yang jauh lebih rendah dan adalah lebih ekonomikal membeli produk berkenaan dari syarikat gergasi Amerika daripada menerbitkannya sendiri. Malah, pengimportan kandungan dari Amerika Syarikat yang kebanyakannya drama dan fiksyen membabitkan kos pembikinan yang sangat tinggi jika diterbitkan sendiri oleh syarikat tempatan berbanding jika dikeluarkan Hollywood. McQuail (2000:234 ) menjelaskan perkara berikut:

The price of US exports is always adjusted to the particular market situation and there is a “cultural discount” factor in operation that relates the price to the degree of cultural affinity between exporter and importer (the lower the affinity the lower the price).

David Morley (2006) menyatakan bahawa firma gergasi media dari Amerika Syarikat menguasai pasaran 80 peratus pasaran filem Eropah manakala Eropah hanya dapat memiliki dua peratus pasaran filem Amerika Syarikat. Thussu (2004) pula menyifatkan perdagangan dunia bagi segmen industri produk budaya merangkumi filem, television, bahan bercetak, muzik dan komputer) yang meningkat tiga kali ganda daripada 1980 hingga 1991 dengan nilai dagangan bertambah daripada AS\$67 bilion kepada AS\$200 bilion. Membabitkan pengeksportan produk budaya Amerika Syarikat ke seluruh dunia yang merangkumi filem, televisyen, program radio, muzik dan muzik video berjumlah AS\$9.8 bilion.

Selain dipacu oleh perkembangan TNC, sistem media massa global turut disokong polisi kerajaan Amerika Syarikat dalam bidang perdagangan dan komunikasi. Penubuhan institusi kewangan seperti Dana Kewangan Antarabangsa (IMF) dan Bank Dunia (World Bank) turut membantu syarikat TNC untuk melebarkan sayap perniagaan mereka ke seluruh dunia. IMF ditubuhkan untuk membantu negara yang mengalami masalah defisit pembayaran bagi membolehkan negara terbabit memiliki kestabilan dalam pertukaran mata wang manakala Bank Dunia diwujudkan bagi membantu negara yang terbabit dalam peperangan membina semula negara mereka menerusi pembiayaan projek prasarana.

Kedua-dua institusi kewangan ini yang diwujudkan selepas perjanjian Bretton Woods 1944 merupakan platform yang membantu TNC untuk memperluas perniagaan mereka dan memasuki pasaran negara sedang membangun dan miskin. Negara yang

meminjam daripada IMF dan Bank Dunia, perlu menandatangani dua perjanjian, iaitu Program Pengubahsuaian Struktur (SAP) dan Pengubahsuaian Struktur Pinjaman (SAL). Berdasarkan SAL dan SAP, negara yang meminjam dipaksa supaya bersetuju agar membayar hutang pinjaman dan pada masa yang sama meningkatkan kemampuan eksport negara terbabit bagi mendapatkan kadar tukaran wang asing bagi membayar hutang (Herman dan McChesney, 1997).

Untuk mengukuhkan kedudukan pasaran produk budaya TNC Amerika Syarikat, pelbagai perjanjian perdagangan diwujudkan yang memberikan manfaat lebih kepada syarikat berkenaan berbanding negara sedang membangun dan negara miskin. Perjanjian Am mengenai Tarif dan Perdagangan (GATT), penubuhan Pertubuhan Perdagangan Dunia (WTO), Perjanjian Perdagangan Bebas Amerika Utara (NAFTA), dan Perjanjian Perdagangan Bebas (FTA) bersama negara sedang membangun dan miskin, termasuk Malaysia memaksa mereka membuka pasaran tempatan kepada produk dari Amerika Syarikat tanpa dikenakan sebarang tarif.

Dengan adanya satu sistem media yang mantap, ini membolehkan syarikat TNC mengawal keseluruhan rantai nilai, bermula daripada penghasilan kandungan, diikuti pemasaran dan pengedaran ke seluruh dunia serta membolehkan produk berkenaan dijual pada harga jauh lebih murah berbanding jika ia dihasilkan syarikat tempatan.

Mereka kadangkala bekerjasama antara satu sama lain membentuk satu “kartel” media yang amat berpengaruh di dunia yang dapat menentukan bilangan filem dihasilkan setahun serta hak pengedaran. Pada masa yang sama syarikat media berkenaan memiliki pelbagai kepentingan dalam syarikat media lain bagi monopoli pasaran.

Each of the new global giants aim for televisyen, books, motion pictures, cable systems, satellite channels, recordings, videocassettes, and ownership of chains of movie houses.

(Bagdikian, 1990:243)

### 4.3 Industri Filem Hollywood

Tidak dapat dinafikan bahawa komoditi budaya yang paling popular dan terlaris di dunia ialah filem keluaran Hollywood. Industri ini adalah antara penjana dan penyumbang utama pendapatan Amerika Syarikat dengan nilai sebanyak RM612 bilion setiap tahun ([www.mpaa.org/](http://www.mpaa.org/)). Hollywood menguasai hampir 90 peratus pasaran filem dunia, termasuk aspek pengedaran dan pemasaran. Menurut tinjauan yang dilakukan European Audio Visual Observatory ([www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)), bagi tahun 2009, senarai 20 syarikat penerbitan filem terlaris di dunia dikuasai sepenuhnya studio perfileman Amerika Syarikat.

Antara filem terlaris di seluruh dunia pada itu ialah *Harry Potter and the Half Blood Prince*, terbitan studio Warner Bros dengan kutipan AS\$934 juta, diikuti *Avatar* terbitan Studio Fox (AS\$899 juta), *Ice Age: Dawn of the Dinosaurs* terbitan Fox (AS\$888 juta), *Transformers: Revenge of The Fallen* terbitan Studio Paramount (AS\$ 835 juta), dan *2012* terbitan Studio Sony (AS\$754 juta). Studio Hollywood menerbitkan 677 buah filem pada 2009 berbanding 716 filem pada 2008 dan 900 filem pada 2007, 2008, 2006, dan 2005. Walaupun dari segi bilangan judul berlaku penurunan, penguasaan Hollywood dalam industri perfileman dunia masih sama.

Sebanyak 32 buah filem terbitan Hollywood memperoleh jualan tiket melebihi AS\$100 juta (AS\$1 = RM3.5) berbanding 25 pada 2008 dan 28 buah filem pada tahun 2007. Studio Warner Bros pada tahun 2009 menguasai 20 peratus daripada jumlah



keseluruhan filem terlaris pada, diikuti Paramount (13.9 peratus), Sony Columbia (13.7 peratus), dan 20<sup>th</sup> Century Fox (13.2 peratus).

**Jadual 4.1:** Kedudukan kutipan filem terlaris di seluruh dunia

Bil	Tajuk	Studio	Pendapatan global (billion/Ringgit Malaysia)	Tahun
1	Avatar	Fox	9758	2009
2	Titanic	Paramount	76538	1997
3	Marvel's the avengers	Disney	53151	2012
4	Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2	Warner bros	469525	2011
5	Frozen	Disney	44597	2013
6	Iron Man 3	Disney	42539	2013
7	Transformers: Dark of the Moon	Disney	39333	2011
8	The Lord of the Rings: The Return of the King	New Line Cinema	391965	2003
9	<u>Skyfall</u>	Sony	38801	2012
10	Transformers: Age of Extinction	Paramount	38059	2014

1 USD= RM 3.50

Sumber:boxofficemojo.com

Capaian pada 15 Disember 2014,jam 11.20 p.m

Hollywood menguasai 40 peratus pasaran filem di rantau Asia Pasifik pada 2002 (Lee, 2008), dan penguasaan itu dijangka berterusan dan meningkat berdasarkan unjuran ekonomi yang menunjukkan Asia bakal menyumbang 60 peratus daripada pendapatan filem terlaris (*box office*) yang diperoleh syarikat filem Hollywood. Ini kerana kelebihan yang ada pada penerbit filem Hollywood seperti yang berikut (Swan, 1991):

- i. Filem yang diedarkan ke seluruh dunia akan mengalami fenomena diskaun budaya (*cultural discount*) yang menyaksikan sebahagian penonton akan kehilangan minat mereka terhadap filem berkenaan kerana perbezaan budaya, pengetahuan, latar belakang keluarga, bahasa, nilai budaya dan norma sosial.
- ii. Pertumbuhan pesat pasaran hiburan Amerika Syarikat mengatasi negara lain. Ini merangkumi kutipan tiket, sewa dan jualan video/DVD dan hak penyiaran di televisyen,

- iii. Polisi kerajaan Amerika Syarikat yang menyokong perkembangan industri berkenaan hingga diberi gelaran “The Little State Department”.

#### **4.4 Peranan dan Fungsi Motion Picture Association of America**

Motion Picture Association of America (MPAA) ditubuhkan pada tahun 1922 oleh pengasas lima studio terbesar di Hollywood, iaitu Samuel Goldwyn, Louis B. Mayer, Jesse Lasky, dan Joseph Schenck ([www.mpaa.org](http://www.mpaa.org)) dengan nama asalnya, Motion Picture Producers and Distributors Association of America. Pada awal penubuhannya, MPAA bertujuan bagi memastikan semua produser filem bersatu menentang cadangan kerajaan Amerika Syarikat mengenakan syarat tapisan kepada filem yang diterbitkan dan pada masa yang sama memastikan kelangsungan industri berkenaan dalam industri media Amerika.

Nama MPAA mula dipakai selepas pelantikan Eric Johnson, bekas Presiden Dewan Perdagangan Amerika Syarikat pada tahun 1945. Penubuhan MPAA dan Motion Picture Export Association (MPEA) yang dianggotai syarikat perfileman Hollywood memberikan impetus kepada perkembangan industri perfileman berkenaan di dalam dan luar negara. Antara syarikat yang menganggotai MPAA ialah Paramount Pictures Corp, Metro Goldwyn Meyers, Walt Disney Studios Motion Pictures; Sony Pictures Entertainment Inc.; Twentieth Century Fox Film Corporation; Universal City Studios LLLP; and Warner Bros. Entertainment Inc ([www.mpaa.org](http://www.mpaa.org)).

Sumbangan industri perfileman Amerika Syarikat terhadap ekonomi negara berkenaan amat besar. Industri filem dan televisyen Amerika Syarikat menyediakan 2.4 juta peluang pekerjaan dan membayar sebanyak US\$140 bilion (1USD= RM3.5) dalam bentuk upah kepada pekerja pada 2008 ([www.mpaa.org](http://www.mpaa.org)). MPAA juga merupakan badan pelobi kepada kerajaan Amerika Syarikat yang memperjuangkan kepentingan Hollywood dalam industri filem global. Peranan yang dimainkan semakin jelas apabila

persatuan ini melobi kerajaan Amerika Syarikat untuk menggesa China dan Korea Selatan membuka pasaran filem mereka kepada filem Hollywood. Akibatnya China terpaksa membenarkan kemasukan 40 judul filem *blockbuster* ke pasarannya berbanding 20 judul setahun.

#### **4.5 Pengkomoditian Produk budaya**

Pengkaji budaya, David Hesmondhalgh (2013) menyatakan bahawa penggiat seni budaya merupakan mereka yang terbabit sebagai pencipta simbol (*symbol creators*) kerana mereka menzahirkan apa-apa yang ada di dalam minda mereka dengan mencipta pelbagai simbol sama ada nyanyian, tarian, lukisan, atau lakonan. Penerimaan masyarakat terhadap kesenian itu menjadikan ia sebagai sebahagian daripada sistem nilai masyarakat sesuatu tempat atau negara, lantas membentuk budaya. Budaya bukan bahan dagangan, sebaliknya suatu bentuk kesenian tertinggi. Berpandukan falsafah Hegel, seni adalah bidang tertinggi dalam kehidupan manusia yang dapat memberikan kepuasan kepada nalurinya (Hesmondhalgh, 2013).

Namun revolusi perindustrian yang berlaku di Eropah mengubah cara penghasilan dan pengeluaran sesuatu barangan. Produk dihasilkan dalam kuantiti yang tinggi dalam tempoh yang cepat untuk dijual kepada orang ramai. Penggunaan sains dan teknologi bagi menghasilkan pelbagai inovasi, terutama mesin yang dapat mengeluarkan produk dengan pantas dan banyak pada masa yang singkat membantu syarikat yang melabur dalam pengeluaran produk berkenaan memaksimumkan keuntungan dengan cara mengurangkan kos pengeluaran. Ini turut berlaku dalam aktiviti budaya. Penciptaan kamera yang mampu merakamkan objek bergerak oleh Lumiere bersaudara pada 1895 membolehkan kegiatan berkenaan dirakamkan.

Ideologi kapitalisme yang dianuti Barat dan Amerika Syarikat melihat potensi industri filem sebagai sebuah industri yang boleh menjana pendapatan dan

menyumbang keuntungan kepada syarikat filem. Syarikat-syarikat yang menyedari potensi yang ada melakukan proses komodifikasi budaya, iaitu menjadikan budaya sebagai suatu komoditi yang diniagakan dan dijual ke seluruh pelosok dunia bagi mendapatkan keuntungan.

Copeland (dalam Lim dan Hui, 2007) mendefinisikan komoditi budaya sebagai output fizikal utama daripada industri dan aktiviti yang dikenal pasti menerusi kerangka kerja dan statistik budaya. Contoh komoditi budaya, termasuklah buku, akhbar, muzik, kesenian, visual, pelan seni bina, barangan berkaitan reka bentuk, foto dan kesenian massa. Definisi yang diutarakan Copeland bersesuaian dengan takrifan yang diberikan UNESCO terhadap produk budaya, iaitu produk budaya wujud dalam pelbagai bentuk sama ada bercetak seperti majalah, buku dan akhbar hinggalah drama tele novela, filem, animasi, pelancongan, sukan dan seni persembahan ([www.unesco.org](http://www.unesco.org)).

Namun ada juga pengkaji menyifatkan industri produk budaya sebagai industri kreatif. Istilah industri kreatif dipopularkan oleh kerajaan pimpinan Tony Blair yang menubuhkan Pasukan Petugas Khas Industri Kreatif selepas dipilih menerajui Britain pada 1997. Ini seterusnya membawa kepada penubuhan Jabatan Budaya, Media dan Sukan pada tahun 1998 bagi merangka pelbagai aktiviti dalam industri kreatif dan mengenal pasti polisi yang dapat merangsang dan merancakkan industri berkenaan. Jabatan itu mendefinisikan industri kreatif seperti yang berikut:

... those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have the potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.

(Flew, 2005: 116)

Dua sarjana aliran Marxis yang mengulas mengenai komoditi budaya, Theodor Adorno dan Max Horkheimer menyatakan fenomena penggabungan antara medium televisyen, radio, filem dan periklanan sebagai *Kulturindustrie* (*The Culture Industry*) dan menyifatkan budaya suatu kesenian tertinggi bagi manusia yang tidak boleh dijadikan komoditi untuk tujuan jual beli [Lim dan Har, 2007]. Sebaliknya budaya yang dijadikan komoditi sekarang lebih bersifat komersil dan dalam bentuk budaya popular. Bagi mereka, *Kulturindustrie* yang ada sekarang lebih menekankan budaya rendah yang mementingkan hiburan daripada kesenian bernilai tinggi. Malah budaya rendah yang dikomoditikan dan dikomersialkan menerusi media massa menjadi popular dan diterima ramai berbanding budaya tinggi.

Bagi Lim dan Har (2007), komoditi budaya mempunyai empat ciri berikut: (i) merupakan budaya rendah dan produk yang homogen tetapi memiliki populariti yang tinggi; (ii) diusahakan sebagai suatu industri komersial besar-besaran yang membabitkan permintaan dan penawaran pasaran serta mementingkan keuntungan; (iii) penggunaan pemasaran bagi meningkatkan jualan dan meluasnya liputan global; (iv) pengaruhnya yang meluas dan meliputi produk sampingan berkaitan.

#### **4.6 Industri Budaya**

Penggunaan istilah “industri kreatif” atau “industri budaya” mempunyai maksud berbeza-beza mengikut keperluan industri yang dibangunkan sesebuah negara. Istilah industri budaya digunakan United Kingdom dan negara-negara Eropah pada tahun 1980-an bagi menjelaskan industri pengiklanan, perfileman, seni dan pasar antik, seni bina, dan aktiviti pemuziuman. Namun istilah itu diubah kepada industri kreatif bagi menggambarkan polisi budaya yang menggabungkan kesenian dan teknologi komunikasi yang mula digunakan Australia pada tahun 1994 (Throsby, 2008). Perkataan “industri kreatif” kemudiannya digunakan secara meluas di Britain apabila

kerajaan menerusi Jabatan Budaya, Media dan Sukan menubuhkan Pasukan Petugas Industri Kreatif pada tahun 1997.

Istilah “industri kreatif” ini turut digunakan Pertubuhan Saintifik Pendidikan dan Kebudayaan Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNESCO) yang mentakrifkan industri kreatif sebagai industri yang menggabungkan penciptaan, penerbitan, dan proses mengkomersialkan kandungan yang tidak dapat dirasai dan disentuh serta mempunyai nilai budaya. Yang penting, industri ini perlu mempromosi dan memelihara kepelbagaian budaya serta capaian secara demokrasi kepada kepelbagaian budaya berkenaan (Throsby, 2008). Ini boleh dilihat di Perancis yang memperlihatkan kerajaannya yang mewujudkan polisi khas bagi industri budaya dan memberikan definisi industri produk budaya sebagai satu set aktiviti ekonomi yang menjalankan fungsi, konsep, penciptaan dan penerbitan budaya serta menghasilkan secara komersil produk budaya mengikut skala industri (Throsby, 2008).

Sehingga kini perdebatan antara istilah “industri kreatif” dan “industri budaya” terus berlaku. Untuk memudahkan pengaktifannya, definisi mengenai budaya perlu dipermudah dan diterima. Budaya boleh ditafsirkan mengikut aspek antropologi yang membawa maksud sepunya merangkumi nilai, adat dan cara hidup sesuatu masyarakat atau fungsi yang memberi makna sesuatu aktiviti seperti melukis (Lim dan Har, 2007). Bagi mengharmonikan kedua-dua istilah itu, Throsby (2008) mencadangkan agar produk budaya dan perkhidmatannya seperti kerja seni, persembahan muzik, sastera, filem dan program televisyen, dan permainan video perlu memiliki beberapa kriteria seperti (i) wujud aktiviti dan input kreatif dalam penghasilan produk budaya berkenaan; (ii) produk berkenaan menjadi kenderaan kepada paparan mesej yang mampu difahami penonton; (iii) wujud aktiviti harta intelek yang dikaitkan dengan individu atau kumpulan yang menghasilkan produk budaya berkenaan.

Berdasarkan kriteria itu, produk budaya dan perkhidmatannya dinilai berdasarkan golongan yang menghasilkannya dan yang memanfaatkannya mengikut nilai yang dimiliki produk budaya yang dihasilkan. Produk budaya dan perkhidmatannya juga boleh dianggap subset kepada kategori produk yang lebih meluas, iaitu produk kreatif dan perkhidmatan yang memerlukan tahap kreativiti yang tinggi dalam penghasilannya dan tidak memerlukan kriteria tertentu yang perlu dipatuhi untuk di label sebagai budaya. Produk berkenaan melangkaui kategori produk budaya seperti periklanan dan perisian.

#### **4.6.1 Model Industri Produk Budaya**

Throsby (2008) pada masa yang sama mengelaskan enam model polisi industri produk budaya yang diamalkan di beberapa negara yang menjadi peneraju industri produk budaya dunia seperti United Kingdom dan Amerika Syarikat, iaitu Model UK-DCMS, Model Teks Simbolik, Model Bulatan Kosentrik, Model Hak Cipta Pertubuhan Harta Intelek Dunia (WIPO), Model Institut Statistik UNESCO, dan Model Amerika. Kewujudan pelbagai model polisi produk budaya itu menggambarkan pendekatan yang diambil oleh sesebuah negara bagi membangunkan industri produk budaya masing-masing. Model-model ini menunjukkan sektor yang diberikan penekanan kerajaan bagi membangunkan industri terbabit.

##### **i. Model UK-DCMS**

Model ini diwujudkan hasil daripada kesedaran kerajaan Britain untuk membangunkan industri produk budaya yang berasaskan kreativiti dan inovasi pada akhir 1990-an. Mengikut takrifan Jabatan Budaya, Media dan Sukan atau DCMS (2001), industri kreatif bermaksud produk industri yang dihasilkan memerlukan kreativiti, kemahiran dan bakat dengan tujuan utama untuk menjana

pendapatan dan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara menerusi eksploitasi harta intelek. Berdasarkan Jadual 2.2, kesemua 13 industri produk budaya yang diklasifikasikan DCMS boleh dikategorikan sebagai produk budaya. Bagaimanapun, Garnham (2005 dalam Throsby; 2008) menjelaskan bahawa kerajaan United Kingdom (UK) lebih cenderung kepada definisi industri kreatif kerana lebih sesuai dengan hasrat kerajaan UK untuk memperluas polisi berkenaan kepada industri lain tetapi masih berkaitan seperti perisian permainan video, seni bina, dan kraf tangan bagi meningkatkan nilai ekonomi industri berkenaan.

**Jadual 4.2.** Ringkasan enam model polisi industri produk budaya menurut Throsby (2008)

<b>1.Model DCMS</b>	<b>2.Model teks simbol</b>	<b>3.Model bulatan konsentrik</b>
Pengiklanan	Industri teras budaya	Seni kreatif
Senibina	Pengiklanan	Kesusasteraan
Seni & pasar antik	Filem	Muzik
Kraftangan	Internet	Seni persembahan
Rekacipta	Muzik	Seni visual
Fesyen	Penerbitan	Industri produk budaya
Filem & video	Televisyen & radio	Filem
Muzik	Video & permainan komputer	Muzium & perpustakaan
Seni persembahan	Industri luar lingkaran	Industri produk budaya
Penerbitan	Seni kreatif	Perkhidmatan warisan
Perisian komputer	Produk budaya	Penerbitan
Televisyen & radio	Pengguna elektronik	Rakaman bunyi
Video & perisian komputer	Fesyen	Televisyen & radio
	Perisian komputer	Video & perisian komputer
	Sukan	Industri berkaitan
		Pengiklanan
		Senibina
		Rekacipta
		Fesyen



Rajah 2.2 (a) – Sambungan ringkasan model polisi industri produk budaya dunia menurut Throsby (2008)

4. Model hakcipta WIPO	5. Model UIS	6. Model amerika
Industri teras hak cipta	Industri utama produk budaya	Pengiklanan
Pengiklanan	Muzium, galeri, perpustakaan	Seni reka
Filem & video	Sesi persembahan	Sekolah seni & perkhidmatan
Muzik	Pesta	reka cipta
Seni persembahan	Seni visual, kraftangan	Filem
Penerbitan	Reka cipta	Muzium, zoo
Perisian komputer	Penerbitan	Muzik
Televisyen & Radio	Televisyen & radio	Seni persembahan
Visual & Seni grafik	Fotografi	Penerbitan
Industri saling bergabung	Media interaktif	Televisyen & radio
Rakaman perkakas kosong	Industri berkaitan produk budaya	Seni visual
Pengguna elektronik	Peralatan muzikal	
Peralatan muzikal	Kelengkapan alatan bunyi	
Kertas	Seni reka	
Peralatan Salinan & Fotografik	Pengiklanan	
Industri hak cipta	Peralatan percetakan	
Seni reka	Perisian komputer	
Pakaian, kasut	Perkakasan audio visual	
Reka cipta		
Fesyen		
Perkakas rumah		
Alat mainan		

#### ii. Model Teks Simbolik

Model ini menggunakan pendekatan industri produk budaya di negara Eropah. Negara-negara Eropah yang kaya dengan pelbagai budaya menyebarkan budaya mereka menerusi produksi pelbagai media seperti filem, penyiaran, dan akhbar. Mesej dan teks simbolik yang memiliki nilai budaya sesebuah bangsa disampaikan menerusi medium berkenaan akan diserap pengguna dan mengadaptasikan nya menjadi sebagai sebahagian daripada budaya pengguna mesej terbabit.

#### iii. Model Bulatan Kosentrik

Model ini berasaskan pandangan bahawa nilai budaya yang ada dalam produk budaya memberikan kelebihan kepada industri berkenaan berbanding industri lain. Model ini menyatakan idea kreatif berasal daripada asas kesenian kreatif yang merangkumi bentuk suara, teks, dan imej. Idea kreatif yang berasal

daripada kesenian berkenaan akan mempengaruhi industri berkaitan produk budaya. Model ini menjadi kajian bagi industri kreatif di UK dan Eropah.

iv. Model Hak Cipta Pertubuhan Antarabangsa (WIPO)

Model ini berasaskan pandangan pembabitan secara langsung atau tidak langsung pihak industri dalam penciptaan, pengeluaran, penerbitan, penyiaran, dan pengagihan produk budaya yang dilindungi harta intelek. Tumpuan utama model ini ialah harta intelek yang dihasilkan menerusi proses kreativiti dan ia digunakan bagi penghasilan produk dan perkhidmatan produk budaya. Satu pembahagian dicipta bagi membezakan antara industri yang menghasilkan harta intelek dengan industri yang menggunakan harta intelek berkenaan untuk menyampaikan nilai budaya kepada pengguna.

v. Model Institut Statistik UNESCO

Model ini mengenal pasti lima domain teras budaya yang menjadi asas kepada industri produk budaya sesebuah negara, iaitu budaya dan warisan; seni persembahan dan sambutan perayaan kebudayaan; seni visual, kraf tangan dan reka bentuk; buku dan akhbar; audiovisual dan media digital. Pada masa yang sama model berkenaan turut diperluas kepada bidang berkaitan seperti pelancongan, sukan dan aktiviti santai.

vi. Model Amerika

Model ini berasaskan penyertaan pihak industri dalam penerbitan dan pengedaran kesenian yang dikenali sebagai “arts-centric businesses”. Model ini dibangunkan berdasarkan kepentingan industri produk budaya kepada ekonomi Amerika Syarikat.

Analisis perbandingan antara keenam-enam model berkenaan dilakukan dengan menganalisis perbezaan takrifan antara kreatif, budaya, dan harta intelek yang ada. Jelas bahawa ada model yang memasukkan beberapa kumpulan industri tertentu ke dalam satu kumpulan. Misalnya, Model Teks Simbolik menekankan kepentingan budaya popular yang mengarah pada kaedah penghasilan produk berdasarkan industri dan tidak mementingkan faktor kreativiti dan kesenian tinggi manakala bagi Model Kitaran Kosentrik berbeza dengan Model Teks Simbolik kerana menekankan kepentingan kesenian kreatif sebagai teras utama dan tidak terlalu mementingkan kandungan komersil sebagai asas utama pengeluaran.

Bagi Model WIPO, kepentingan harta intelek amat diutamakan kerana industri yang menjana harta intelek akan menjadi teras manakala industri lain disifatkan sebagai bergantung pada harta intelek dan kaedah penyebaran harta intelek berkenaan. Kepelbagaian takrifan menyebabkan wujudnya perbezaan antara pendekatan dan kaedah membangunkan industri produk budaya dan ini menyukarkan pembentukan takrifan seragam yang boleh diterima semua pihak.

Bagi Thorsby (2008), penggubal polisi industri produk budaya dan kreatif lazimnya mengambil kira dua aspek utama yang sedang berlaku di dunia ketika mereka menggubal polisi berkenaan. Perkara pertama membabitkan liberalisasi ekonomi serta kemajuan pesat dalam bidang ICT yang membolehkan penyatuan pelbagai media yang mempengaruhi kaedah pengeluaran, pengagihan, dan penggunaan barangan produk budaya. Penyatuan ini membuka banyak peluang perniagaan kepada syarikat yang berminat untuk melabur dan seterusnya mewujudkan industri yang dapat menyumbang kepada pendapatan negara. Perkara kedua membabitkan penerokaan sumber baharu kekayaan negara, dan industri produk budaya dilihat berpotensi besar untuk menyumbang kepada kewujudan peluang baru pekerjaan.

Ini secara tidak langsung mengubah konsep tradisional polisi budaya yang hanya menekankan aktiviti dan pemuliharaan budaya kepada aktiviti penjanaan ekonomi dan pemuliharaan budaya. Kesenian kini tidak lagi dilihat hanya berkisar pada aktiviti kebudayaan semata-mata malah, diperluas kepada aktiviti ekonomi, terutama ekonomi berasaskan maklumat dan pengetahuan yang membabitkan aspek kreativiti di samping memanfaatkan teknologi terbaharu dan penggunaan kaedah inovasi dalam penghasilan produk budaya. Menurut Hesmondhalgh (2002), perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi membolehkan proses pengkomoditian produk budaya dilakukan mengikut kaedah industri.

Kajian ekonomi terhadap produk kreatif yang diperkenalkan pakar ekonomi terkemuka dunia, Ronald Coase yang juga penerima Anugerah Nobel 1991 bagi kategori Sains Ekonomi menyatakan bahawa seseorang yang terbabit dalam industri kreatif seperti pelukis, memegang atau memiliki monopoli reka bentuk tertentu dan ini menyukarkan nya menjadi kaya kerana hak reka bentuk eksklusifnya itu adalah produk sepanjang hayat. Namun, jika beliau cuba menghasilkannya menggunakan kaedah industri, iaitu memperbanyak dalam bilangan tertentu, harganya akan menjadi murah. Walau bagaimanapun, nilai produk itu akan meningkat selepas pelukis itu meninggal dunia seperti yang berlaku pada Picasso.

#### **4.6.2 Tinjauan Polisi Kreatif Di Beberapa Negara**

Tinjauan pelaksanaan dasar polisi kreatif mendapati beberapa negara seperti UK, Singapura, Jepun, Jerman, Sepanyol, Australia, New Zealand, dan Korea Selatan sudah lama menerokai bidang berkenaan. UK dianggap sebagai pelopor pelaksanaan industri kreatif dan kejayaannya menjadikan negara berkenaan sebagai model kepada negara lain, termasuk Jepun bagi melaksanakan dasar kreatif (Dasar Industri Kreatif Negara, 2011).

i. Dasar Industri Kreatif UK

CMS, UK menyatakan industri kreatif sebagai industri yang membabitkan kreativiti individu, keterampilan, dan bakat yang memiliki potensi kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan menerusi janaan dan eksploitasi harta intelek (DCMS, 2001:4 dalam DIKN, 2011:10). Industri kreatif terbahagi kepada 13 bidang, iaitu iklan, seni bina, pasaran seni dan antik, pertukangan, seni reka, seni reka fesyen, filem dan video, muzik, seni persembahan, penerbitan, pembangunan aplikasi komputer, televisyen dan radio serta permainan komputer. Bagi menjayakan dasar berkenaan, London Creative Industry Policy menggariskan lima peringkat berikut (DIKN, 2011:11):(a) mengenal pasti sektor kreatif, pihak berkuasa bertanggungjawab dan struktur dasar sedia ada; (b) proses pengumpulan maklumat, pandangan, model kajian sedia ada dan merangka dasar kreatif; (c) mengenal pasti peluang, kaedah pembiayaan, struktur perundangan dan pasaran; (d) mengadakan lawatan ke tempat, acara atau pameran bagi mempelajari penganjurannya (e) pelaksanaan dasar bagi menarik lebih ramai pengusaha menceburi industri kreatif.

ii. Dasar Industri Kreatif Jepun dan Korea Selatan

Jepun pula mengambil model dan definisi industri produk budaya UK, tetapi pelaksanaannya diubah suai mengikut industri yang menjadi kekuatan Jepun. Definisi industri kreatif Jepun merangkumi pengiklanan, seni bina dan kejuruteraan, pasaran antik, barangan lacquer, seni reka (seni kraf, rekaan dalaman, rekaan pakaian, rekaan tekstil, rekaan fesyen); filem dan video; penerbitan, jualan dan sewaan rakaman audio dan video; muzik dan seni persembahan, aplikasi komputer, televisyen dan radio, institusi kebudayaan, akademik dan artis (Mitsuhiro Yoshimoto, 2003 dalam DIKN, 2011:12). Jepun

memperuntukkan sejumlah 1.8 bilion Yen (RM62.3 juta) bagi membangunkan industri kreatifnya.

Korea Selatan juga tidak terkecuali dalam membangunkan industri kreatifnya. Dasarnya lebih tertumpu pada permainan video, animasi dan filem dan disokong oleh syarikat bersaiz kecil dan sederhana. Pada mulanya, apabila dasar ini diperkenalkan pada tahun 1997/98, syarikat gergasi memainkan peranan utama dalam membangunkan industri kreatif, tetapi kegawatan ekonomi yang melanda Asia menyebabkan mereka mengalami masalah kewangan dan hanya menumpukan pada beberapa bidang perniagaan sahaja.

### iii. Dasar Industri Kreatif Australia dan New Zealand

Dasar industri kreatif Australia lebih tertumpu pada pembangunan kandungan digital dan perisian komputer sebagai sokongan kepada pertumbuhan sektor perkhidmatan seperti kesihatan, pendidikan, perkhidmatan kerajaan dan perniagaan. Antara dasar utama yang diguna pakai kerajaan Australia adalah Australia's Broadband Connectivity yang dikendalikan oleh National Office for the Information Economy and Directory of Community, Industry and Tourism Australia. Pada peringkat negeri seperti Queensland dan Brisbane, wujud industri kreatif yang sedang giat dibangunkan (DIKN, 2011:13).

New Zealand pula mengenal pasti tiga sektor utama yang perlu diberi penekanan bagi merangsang pertumbuhan ekonominya, iaitu bioteknologi, teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dan industri kreatif. Industri kreatif di New Zealand lebih tertumpu pada bidang perfileman, penyiaran dan seni reka. Oleh sebab saiznya yang kecil, bidang seni reka tidak diiktiraf sebagai industri utama sebaliknya menjadi sektor sokongan kepada perkembangan industri perkhidmatan seperti kesihatan dan pendidikan. Sasaran polisi industri kreatif

New Zealand adalah untuk menggandakan eksport dan terus kekal sebagai anggota Pertubuhan Bagi Kerjasama ekonomi dan Pembangunan (OECD).

#### iv. Dasar Industri Kreatif Jerman

Kerajaan Jerman menerusi laporannya “Culture and Creative Industries in Germany 2009” mencadangkan beberapa langkah strategik bagi memajukan industri kreatif Jerman. Antaranya adalah seperti yang berikut:

- a. Meningkatkan program sokongan sedia ada bagi memudahkan syarikat berasaskan inovasi berkembang dalam industri kreatif;
- b. Mewujudkan satu rangkaian sokongan pakar kepada penggiat utama industri kreatif;
- c. Mewujudkan satu definisi jelas konsep inovasi dalam industri budaya dan kreatif;
- d. Menyediakan platform bersifat nasional untuk industri kreatif;
- e. Membangunkan kriteria penilaian kepada pihak bank dan institusi kewangan yang merupakan sokongan utama industri;
- f. Bantuan dan sokongan yang berterusan kepada industri budaya dan kreatif yang sebelum ini kurang menyerlah tetapi berpotensi untuk maju;
- g. Promosi dan pameran dagangan pada peringkat antarabangsa;
- h. Kerajaan menerusi bank yang dilantik akan mewujudkan lebih banyak bantuan kewangan dalam bentuk pinjaman mikro untuk membantu industri kreatif berskala kecil;
- i. Memastikan perkembangan industri kreatif dan produk budaya ini sentiasa dipantau;
- j. Kajian dan analisis berterusan untuk penambahbaikan kepada struktur industri kreatif sedia ada. (DIKN, 2011:16).

v. Dasar Industri Kreatif Sepanyol

Bagi memajukan industri kreatif di Sepanyol, Kementerian Kebudayaan diberikan tanggungjawab menggariskan beberapa langkah bagi mengukuhkan industri kreatif negara terbabit. Antaranya(DIKN, 2011:17):

- a. Bantuan kredit dengan kadar subsidi kepada industri budaya dan kreatif bagi mewujudkan perniagaan baru serta aktiviti profesional dan juga dalam pembangunan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS);
- b. Bantuan dalam bentuk “subsidi jaminan kos” kepada syarikat yang memerlukan bantuan kewangan;
- c. Menyalurkan pinjaman kewangan kepada projek perniagaan dan industri budaya;
- d. Menyediakan geran modal untuk mempromosikan inovasi dan teknologi kepada penggiat industri kreatif;
- e. Mengajukan Anugerah CreArte untuk mempromosikan kreativiti pada peringkat sekolah; dan
- f. Menyediakan biasiswa menerusi Kementerian Kebudayaan bagi latihan dan aktiviti berkaitan industri kreatif.

vi. Dasar Industri Kreatif Singapura

Dalam kalangan negara Asean, Singapura merupakan negara pertama yang menyediakan polisi dan melaksanakan pembangunan industri kreatif secara terancang. Tumpuan pembangunan industri kreatif Singapura adalah dalam bidang ICT dan aplikasi komputer, pengiklanan, penyiaran, penerbitan, seni rekaan dalaman, grafik dan fesyen, perkhidmatan seni bina, kesenian, perdagangan antik dan kraf, seni persembahan, perkhidmatan pawagam, seni reka industri dan fotografi.



Ini kerana industri kreatif memberikan sumbangan besar kepada ekonomi Singapura. Pada tahun 2000, sumbangan industri kreatif Singapura dianggarkan berjumlah S\$2.98 bilion (RM6.9 bilion) atau 1.9 peratus daripada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) Singapura. Industri pengedaran yang berkaitan dengan industri kreatif meningkat sebanyak S\$2.02 bilion (RM4.7 bilion). Untuk peluang pekerjaan, industri kreatif Singapura mewujudkan 47,000 peluang pekerjaan atau 2.2 peratus daripada keseluruhan jumlah pekerjaan dan tambahan 32,000 pekerja dalam industri pengedaran. Produktiviti pekerja industri kreatif dianggarkan berjumlah S\$63,543 (RM148,045) seorang, iaitu hampir menyamai purata produktiviti sektor perkhidmatan yang dianggarkan berjumlah S\$68,850 (RM160,410) pada tahun 2000 (DIKN, 2011:14).

#### **4.7 Kesimpulan**

Berdasarkan perbincangan yang dinyatakan dalam bab ini, ternyata Hollywood mendominasi pasaran filem dunia. Menerusi globalisasi syarikat media global Hollywood, negara berkenaan menguasai penerbitan, pengedaran dan tayangan dan pada masa yang sama turut memiliki pelbagai kepentingan daripada perniagaan akhbar, majalah, buku, televisyen, radio dan taman tema. Dengan penggabungan antara dua segmen perniagaan itu (menegak dan melintang), usaha syarikat media lain untuk menggugat penguasaan Hollywood amat sukar. Walau bagaimanapun, negara sedang membangun kini sedang rancak membangunkan industri budaya mereka dengan menggunakan pendekatan model produk industri yang terbukti berjaya pada peringkat global.

## BAB 5

### METODOLOGI

#### 5.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan mengenai metodologi penyelidikan yang dilaksanakan bagi mendapatkan data dan menjawab persoalan kajian. Bagi mengumpulkan data secara menyeluruh, kaedah penyelidikan campuran (*mixed-method*), iaitu gabungan antara kaedah kuantitatif dan kualitatif, digunakan. Kajian menggabungkan dua kaedah ini semakin mendapat tempat dalam kalangan penyelidik sains sosial kerana bagi Neuman (2011), kombinasi kedua-dua kaedah ini akan menghasilkan kekayaan data yang boleh menjelaskan fenomena yang dikaji secara menyeluruh.

#### 5.2 Penyelidikan Kaedah Campuran

Kaedah campuran semakin diterima sebagai salah satu kaedah penyelidikan dalam bidang sains sosial, pendidikan dan kesihatan. Pada peringkat antarabangsa kaedah ini dikenali dengan pelbagai istilah seperti *multi (-) methods*, *multiple method*, *multiple-strategy*, dan *mixed methodology*. Johnson, Onwuegbuzie dan Turner (dalam Symonds dan Gorard, 2011), menjelaskan kaedah penyelidikan bercampur seperti yang berikut:

Mixed methods research is the type of research in which a researcher or team of researchers combine elements of qualitative and quantitative research approaches (e.g. use of qualitative and quantitative viewpoints, data collection, analysis, inference techniques for the broad purpose of breadth and depth of understanding and corroboration.

Glogowska (2011) menyatakan bahawa terdapat beberapa kebaikan yang diperoleh dengan menggunakan kaedah ini berbanding kaedah berasingan sama ada kualitatif atau kuantitatif, iaitu:

- i. Menyediakan satu gambaran yang lebih menyeluruh dalam penyelidikan berkenaan kerana gabungan dua kaedah itu akan dapat menjelaskan fenomena yang dikaji itu secara lebih meluas dan komprehensif.
- ii. Meningkatkan kesahihan data yang ada – data yang dikumpulkan daripada dua kaedah berbeza akan dapat memberikan keyakinan kepada penyelidik kerana dapat dibandingkan data berkenaan untuk menjelaskan fenomena yang dikaji.
- iii. Pengupayaan kerana membolehkan kumpulan yang penting dalam kajian tetapi tidak dapat dimasukkan mungkin akibat terlepas pandang kerana menggunakan satu kaedah menyertai penyelidikan.

Johnson dan Onwuegbuzie (dalam Stephens dan Gorard, 2010) menyatakan kaedah campuran ini merupakan metodologi penyelidikan yang membolehkan penyelidik menggabungkan teknik penyelidikan kualitatif dan kuantitatif yang merangkumi teknik penyelidikan, metodologi, pendekatan, konsep dan bahasa dalam satu penyelidikan. Dalam penyelidikan ini, kaedah kualitatif membabitkan temu bual mendalam dan perbincangan kumpulan fokus manakala kaedah kuantitatif melibatkan tinjauan soal selidik bagi mencapai semua objektif penyelidikan dan menjawab soalan penyelidikan yang ditetapkan.

Bagi kajian ini, kaedah kualitatif adalah yang utama iaitu menemu bual pemain dalam industri filem tempatan dan penonton filem tempatan. Ini kerana hasil temu bual itu akan dapat membantu penyelidik menjawab persoalan kajian disebabkan mereka

dapat memberikan data fenomena yang dikaji. Kaedah kuantitatif dapat menyokong dapatan data daripada kaedah kualitatif berdasarkan data yang diperoleh secara terus daripada subjek yang dikaji.

### **5.2.1 Interviu/ Temu Bual**

Kaedah interviu atau temu bual berstruktur akan digunakan dalam kajian ini. Temu bual berstruktur merujuk pada soalan yang dikemukakan yang memiliki turutan untuk membolehkan maklumat yang tersimpan di dalam minda dapat dikeluarkan. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh maklumat daripada pemain industri yang terbabit secara langsung dalam industri perfileman tempatan bagi mendapat kefahaman mendalam mengenai topik yang dikaji, tingkah laku, perasaan, strategi membuat keputusan atau pendapat mereka terhadap isu atau yang sedang diselidiki.

Temu bual secara mendalam boleh dijalankan dengan menggunakan penemu ramah yang menjalankan temu bual secara terperinci mengikut garis panduan tertentu (Azizah, 2004) dan apa-apa yang disebutkan responden ialah data kajian yang penting. Setiap perkataan yang disebut akan direkodkan kata demi kata (verbatim). Menerusi kaedah ini, kefahaman yang menyeluruh topik yang dikaji telah diperoleh. Selain itu, terdapat beberapa kebaikan daripada kaedah ini, iaitu sampel yang lebih kecil, keterangan terperinci dapat diberikan di sebalik jawapan responden, dan mengizinkan pemerhatian lebih lama terhadap responden.

### **5.2.2 Perbincangan Kumpulan Fokus**

Selain melakukan temu bual mendalam terhadap sumber atau pemain industri penyelidik juga menggunakan kaedah kumpulan fokus. Menurut Azizah (2004), penggunaan kumpulan fokus dalam kaedah kualitatif adalah kaedah yang popular. Menerusi kaedah ini penyelidik akan memilih sekumpulan yang memiliki ciri tertentu

untuk mengadakan sesi perbincangan. Seorang pemudah cara akan dipilih bagi menentukan hala tuju perbincangan berkenaan. Apa-apa yang dikatakan ahli kumpulan adalah data penting dan kaedah ini memberikan mereka peluang berkongsi dan membandingkan pengalaman masing-masing serta membuka peluang kepada perbualan mengenai dunia sebenar.

Perbincangan kumpulan fokus juga bertujuan untuk mengkaji tajuk penyelidikan secara mendalam dan intensif serta dapat memahami khalayak dan tingkah laku mereka. Langkah pertama yang perlu dilakukan untuk kumpulan fokus menurut Azizah (2004) adalah menjelaskan masalah yang diperoleh. Sesuatu masalah yang sudah diberikan definisi harus dikenal pasti. Oleh itu, pengkaji perlu mengenal pasti sampel bagi menentukan khalayak yang akan dikaji dan ini bergantung pada tujuan kumpulan fokus.

Peserta kumpulan fokus dipilih secara rawak dalam kalangan pelajar Jabatan Pengajian Media, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya, pelajar Universiti terbuka Malaysia (OUM), dan kakitangan Bernama TV (BTV). Pemilihan ini dilakukan kerana mereka adalah pelajar jurusan media dan terdedah kepada pelbagai aspek dalam bidang komunikasi manakala bagi kakitangan BTV mereka terdiri daripada kalangan wartawan penyiaran yang terdedah dengan pelbagai maklumat mengenai industri filem tempatan dan antarabangsa.

### **5.2.3 Tinjauan Soal Selidik**

Arul Phillips (2011), menyatakan tinjauan dipilih adalah kaedah mendapatkan maklumat mengenai populasi daripada individu-individu yang dipilih. Tinjauan yang dilakukan dapat menyediakan maklumat yang diperlukan secara cepat, murah dan tepat daripada sekumpulan besar masyarakat. Bagi penyelidik komunikasi tempatan, Chua Yan Piaw (2011) menyatakan kaedah soal selidik dapat membantu penyelidik

mencapai objektif kajian, memperoleh maklumat yang tepat dan mencapai tujuan kajian.

Menerusi kaedah ini, data mengenai pendapat, sikap dan persepsi masyarakat atau mengikut soalan penyelidikan yang ada dapat dikumpulkan. Selain itu, kaedah ini juga dapat menjelaskan perhubungan dan perbezaan setiap pemboleh ubah yang dikaji. Lazimnya terdapat dua bentuk tinjauan yang boleh digunakan bergantung pada objektif kajian sama ada berbentuk *cross-sectional survey* (untuk mendapatkan gambaran pendapat dan amalan sesuatu masyarakat) atau *longitudinal survey* (bagi membandingkan perbezaan antara pendapat dan amalan dalam tempoh tertentu).

### **5.3 Pensampelan**

Memandangkan penyelidikan ini menggunakan kaedah campuran, maka dua pendekatan pensampelan digunakan, iaitu pensampelan bagi kaedah kualitatif dan kaedah kuantitatif. Bagi kaedah kualitatif, data dikumpulkan menerusi dua cara, iaitu menginterview “resource person” dan kumpulan fokus. Oleh itu, pensampelan bertujuan (*purposive sampling*) yang terdiri daripada pensampelan bukan kebarangkalian (*non-probability sampling*) digunakan kerana sampel yang akan dipilih adalah terhad, iaitu penerbit dan pengarah filem sebagai *resource person*. Pensampelan bertujuan dilaksanakan bagi temu bual mendalam berdasarkan pemilihan sampel yang dilakukan secara khusus kerana sampel memiliki kriteria tertentu yang selari dengan persoalan kajian (Arul, 2011).

Kaedah ini menurut Arul (2011) boleh digunakan jika sampel adalah kecil dan responden berkenaan mampu memberikan jawapan kepada persoalan kajian. Selain itu, kaedah ini amat berguna bagi pada peringkat permulaan penyelidikan untuk memberikan maklumat latar bagi kajian rintis (*pilot study*). Penyelidik menggunakan kaedah ini kerana selari dengan persoalan penyelidikan yang diutarakan iaitu menemu

bual sekumpulan kecil pengarah dan penerbit yang terbabit dalam industri perfileman tempatan untuk mendapatkan jawapan terhadap permasalahan kajian.

Pensampelan bertujuan (*purposive sampling*) turut digunakan bagi kaedah tinjauan. Menurut Chua Yan Paw (2011), kaedah pensampelan bertujuan merujuk kepada pensampelan bagi sekumpulan subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu yang dipilih sebagai responden kajian. Dalam hal ini, penonton filem di beberapa panggung wayang dipilih bagi menjawab soalan soal selidik yang disediakan. Ini bagi memenuhi kehendak persoalan penyelidikan yang memerlukan responden daripada khalayak berkenaan. Pensampelan mudah atau keselesaan (*convenient sampling*) digunakan untuk kumpulan fokus dan membabitkan pemilihan subjek berdasarkan kedekatan mereka kepada penyelidik, iaitu kakitangan BTV, pelajar Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya, dan pelajar Universiti Terbuka Malaysia.

Berdasarkan Jadual Penentuan Saiz Sampel Krejcie dan Morgan (1970), saiz sampel bagi populasi 1,000,000 orang ialah 282 orang. Namun bagi tujuan kajian ini borang soal selidik diedarkan kepada 300 orang responden di kompleks sinema atau sineplex Alamanda, Putrajaya, IOI Puchong dan One Utama, Damansara. Tiga lokasi itu dipilih kerana ia menayangkan filem pecah panggung (*blockbuster*) Hollywood dan Melayu. Tinjauan di ketiga-tiga sinepleks tersebut dilakukan antara Februari hingga Mac, 2013. Sebanyak 300 set soalan diedarkan, tetapi hanya 160 dipulangkan responden. Namun hanya 146 borang soal selidik digunakan (14 set ditolak kerana jawapan tidak lengkap) untuk analisis. Kajian rintis telah dijalankan di sinepleks KLCC dan Mid Valley, tetapi tidak mendapat jumlah responden yang dikehendaki.

#### **5.4 Kaedah Triangulasi**

Triangulasi banyak dilaksanakan penyelidik sains sosial bagi menjelaskan fenomena yang dikaji. Menurut Neuman (2011), kaedah triangulasi adalah satu cara bagaimana

seorang pengkaji melihat sesuatu fenomena yang berlaku daripada pelbagai perspektif berbanding kaedah konvensional yang hanya memanfaatkan satu kaedah semata-mata. Kaedah triangulasi yang sebelum ini banyak digunakan oleh juru ukur dan pelayar, kini dimanfaatkan ahli sains sosial.

Jelas Neuman (2011), terdapat empat kaedah penggunaan proses triangulasi, iaitu triangulasi pengukuran, triangulasi pemerhatian, triangulasi teori dan triangulasi metodologi. Triangulasi pengukuran dilakukan menerusi pelbagai kaedah untuk menjelaskan fenomena yang sama. Triangulasi pemerhatian membolehkan penyelidik mendapatkan data daripada pelbagai pemerhatian kerana menerusi kepelbagaian pemerhatian daripada individu yang berbeza latar belakang akan dapat memberikan gambaran menyeluruh fenomena yang dikaji biarpun data yang diperoleh mungkin berbeza-beza.

Triangulasi teori pula memerlukan penyelidik memanfaatkan pelbagai perspektif teori untuk merancang kajian dan mentafsirkan data yang dikumpulkan. Setiap perspektif teori yang digunakan memiliki andaian dan konsep masing-masing. Perspektif teori ini bertindak sebagai 'lensa' untuk melihat dan mentafsir fenomena yang dikaji manakala triangulasi metodologi pula menggabungkan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang mana pengumpulan data dilakukan menerusi pelbagai kaedah antaranya temu bual mendalam dan tinjauan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam dan menyeluruh.

Bagi kajian ini, triangulasi pengukuran digunakan, iaitu selepas menemu bual semua pemain industri yang menjadi responden, data yang diperoleh akan dibandingkan dan dipadankan dengan data sekunder seperti maklumat dari akhbar, majalah, Internet dan hansard Parlimen. Kesimpulan yang dilakukan adalah berdasarkan padanan data primer (temu bual) dan sekunder (akhbar, majalah, Internet dan hansard Parlimen).



## **5.5 Pengumpulan Data**

Kajian ini membabitkan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh daripada temu bual secara mendalam dan terbuka dengan personaliti atau “resource persons” yang mempunyai pengetahuan mendalam mengenai subjek yang dikaji. Dengan menemu bual mereka, perkembangan terkini industri perfileman tempatan dapat diketahui. Perbincangan kumpulan fokus dan kaedah tinjauan pula dilakukan bagi mengumpul data primer berkaitan penonton.

Bagi data sekunder penyelidik akan melakukan reviu dokumen yang diperoleh daripada Internet, laman web rasmi FINAS, laporan akhbar, laporan mesyuarat, dokumen rasmi Dasar Filem Negara 2005 dan Dasar Industri Kreatif Negara, teks ucapan Perdana Menteri Datuk Seri Najib Tun Razak dan Menteri Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan, Datuk Seri Utama Dr Rais Yatim serta kertas cadangan kementerian atau hansard Parlimen .

### **5.5.1 Proses Pengumpulan Data Kualitatif**

Interviu atau temu bual mendalam dilaksanakan menerusi pertemuan dengan bekas Ketua Pengarah Perbadanan Pembangunan Filem Nasional (FINAS), Muhammad Naguib Abdul Razak. Selain itu, interviu secara mendalam dijalankan terhadap individu yang aktif menerbitkan dan mengarahkan filem untuk mengetahui permasalahan yang ada dalam industri perfileman tempatan (lihat Jadual 5.1).Ini selari dengan objektif penyelidikan pertama dan kedua kajian ini, iaitu untuk mengetahui status terkini industri perfileman tempatan dan langkah yang diambil kerajaan bagi menggubal polisi untuk memajukan industri produk budaya di samping memelihara dan mengetengahkan kebudayaan kebangsaan dalam kalangan generasi muda serta peringkat antarabangsa. Interviu dijalankan dalam tiga fasa iaitu pada tahun 2008, 2010 dan 2012 bagi melihat arah aliran industri perfileman tempatan mengikut sudut pandang mereka.

**Jadual 5.1:** Senarai pemain industri yang ditemu bual

<b>Nama</b>	<b>Jawatan</b>	<b>Tarikh interviu</b>
Ahmad Puad Onah	Pengurus Besar GB	2008
Kamil Othman	Naib Presiden Kanan MDEC	2008
Gayatri Su-Lin Pillai	Pengurus Besar Tayangan Unggul Sdn Bhd	2010
Benjamin Hasbie	Timbalan Pengarah Penyelidikan FINAS	2010
Prof Madya A Razak Mohaideen	Pensyarah Fakulti Seni Kreatif UiTM	2010/2012
Din CJ	Pengarah Filem	2010
Shahriza Mahmud	Timbalan Presiden Seniman	2010
Ahmad Idham	Pengarah Urusan Excellent Pictures Sdn Bhd	2012
Pierre Andre	Pengarah Filem/Pelakon	2012
Muhammad Naguib Abdul Razak	Ketua Pengarah FINAS	2012

Untuk kumpulan fokus, seramai 30 orang peserta terlibat yang terdiri daripada pelajar Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya (25 orang), wartawan BERNAMA TV (lapan orang) dan pelajar Universiti Terbuka Malaysia (dua orang). Peserta dibahagikan kepada beberapa kumpulan dengan setiap kumpulan mengandungi enam hingga 12 orang yang di temu bual dengan bantuan pemudah cara yang akan menentukan hala tuju perbincangan secara bebas terhadap aspek yang dikaji. Kaedah ini mampu menghasilkan pengutipan dan pengumpulan data awal kajian atau kajian perintis bagi mencari idea terhadap perkara yang bakal diselidiki. Selain itu, kaedah ini menjimatkan kos dan data kajian dapat dihasilkan dengan cepat.

Reka bentuk soalan adalah fleksibel dan pengkaji boleh mengadakan perbincangan susulan dengan meminta ahli kumpulan fokus menjawab soal selidik. Pemudah cara akan memerhatikan tingkah laku responden untuk mendapatkan data

tambahan. Namun perbincangan kumpulan fokus jika tidak dikawal dan ditentukan hala tuju oleh pemudah cara akan di dominasi oleh ahli tertentu yang mahu memaksa atau mahu menjadikan pandangannya sebagai pandangan utama berbanding pandangan lain dalam kumpulan itu. Oleh itu, pengendalian kumpulan fokus banyak bergantung pada kemahiran pemudah cara mengendalikan perbincangan berkenaan untuk memastikan tiada ahli yang pandangannya “tenggelam”.

Proses temu bual mendalam dimulakan dengan memperkenalkan penyelidikan yang sedang dilakukan kepada responden di samping menjelaskan proses interviu yang akan dijalankan. Kemudian interviu dilakukan dan setiap interviu berlangsung selama 45 minit hingga 1 jam. Selepas interviu dengan “resource person” dan kumpulan fokus dijalankan, transkripsi dilakukan, iaitu proses menukarkan data dalam bentuk audio, video atau tulisan yang diperoleh daripada interviu kepada bentuk verbatim (Arul, 2011) untuk memudahkan bacaan.

Ini membolehkan pemasukan data semua perkara yang dianggap relevan dan berkaitan dengan kajian. Menerusi kaedah ini, gambaran menyeluruh dapat diperoleh di samping memudahkan analisis data serta mengurangkan bias terhadap data. Dengan cara ini, kesilapan menginterpretasikan data dapat dikurangkan dan mengelakkan data yang ada gagal menjawab persoalan kajian.

Selepas melaksanakan proses transkripsi, proses penyusunan data dilakukan mengikut nombor yang diberikan kepada tema tertentu yang diperoleh penyelidik hasil daripada bacaan yang dilakukan. Setiap data yang selesai dilakukan proses transkripsi akan diberikan kod kemudian disusun dan diasingkan mengikut interviu ‘resource person’ dan kumpulan fokus.

Pengekodan setiap data yang didapati dilakukan kemudiannya, iaitu proses mengenal pasti ayat, frasa dan paragraf dalam data verbatim yang bersesuaian dengan persoalan kajian penyelidik. Setiap bahagian yang didapati relevan dengan kajian akan

ditandakan dan diberikan kod menggunakan pen *highlighter* untuk tujuan pembinaan tema dan kategori data. Penggunaan pelbagai warna yang terang dan cerah adalah praktikal untuk memudahkan analisis data dilaksanakan.

Menurut Arul Philips (2011), analisis data boleh dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, iaitu “grounded theory” (teori bersebab) dan analisis kerangka kerja. Kaedah “grounded theory” dikatakan mempunyai kelebihan pendekatan kerana dilakukan berdasarkan data yang diperoleh secara tersusun dan sistematik bagi membantu penyelidik memahami fenomena yang sedang dikaji. Dengan kaedah ini, teknik perbandingan tetap (*constant comparison technique*) diguna pakai iaitu membandingkan tema yang muncul daripada setiap data yang dikumpulkan sehingga mencapai tahap ‘penepuan secara teori’. Prosedur penggunaan “grounded theory” melibatkan pengulangan pembacaan data yang diperoleh bagi mencari kemunculan tema baru.

Bagi pendekatan analisis kerangka kerja, Arul Phillips (2011) menyatakan bahawa cara ini membolehkan penyelidik menetapkan tema pada permulaan kajian dengan mengenal pasti terlebih dahulu maklumat yang hendak dicari menerusi pembacaan daripada jurnal dan melakukan proses interviu mendalam. Dalam penyelidikan ini, interviu dilakukan terhadap dua sumber, iaitu bekas Pengurus Besar Grand Brilliance Sdn Bhd, Encik Ahmad Puad Onah dan Naib Presiden Kanan Multimedia Corp (MDeC), Kamil Othman pada 2008 bagi mengenal pasti status dan permasalahan yang dihadapi industri filem tempatan.

Berdasarkan maklumat awal yang diperoleh daripada interviu tersebut, beberapa orang pengarah dan penerbit filem tempatan lain kemudiannya ditemu bual bagi melihat corak aliran isu yang melingkari industri filem tempatan. Hasil daripada interviu berkenaan, penyelidik dapat menghasilkan tema yang menjawab persoalan kajian.

### 5.5.2 Pengumpulan Data kuantitatif

Satu borang soal selidik yang standard disediakan untuk diedarkan kepada responden di tiga buah sinepleks yang dipilih. Setiap borang mengandungi 51 soalan yang dibahagikan kepada beberapa bahagian, iaitu profil individu, profil tontonan, genre filem yang diminati, pemilihan filem yang ditonton dan nilai Barat yang dipaparkan, filem Hollywood dan filem tempatan bagi menjawab soalan penyelidikan pada awal bab ini.

Skala Likert 5 digunakan bagi kebanyakan soalan: 1 (sangat tidak setuju), 2 (Tidak setuju), 3 (Tidak pasti) , 4 (Setuju) dan 5 (Sangat setuju). Penggunaan skala Likert bertujuan untuk memberikan satu gambaran fenomena yang dikaji bersesuaian dengan soalan penyelidikan yang telah dibentuk.

Tinjauan soal selidik dijalankan selama dua bulan, iaitu bermula 1 Mac 2013 hingga 1 Mei 2013. Masa yang panjang diambil kerana berlakunya kesukaran mendapatkan kerjasama daripada penonton wayang gambar untuk menjawab soal selidik yang dijalankan. Bagi yang bersetuju, mereka diberikan penerangan secara terperinci, terutama konsep yang sukar, bagi membolehkan mereka memberikan jawapan tepat seperti dikehendaki.

Daripada 300 borang soal selidik yang diedarkan, 160 soal selidik yang telah dijawab dikembalikan. Namun sebanyak 14 borang soal selidik ditolak kerana tidak lengkap. Kebanyakan borang yang ditolak untuk dianalisis berpunca daripada responden yang tidak menjawab soalan pada Bahagian F, iaitu soalan berkaitan filem tempatan kerana mereka tidak menonton filem tempatan sebaliknya lebih kerap menonton filem *blockbuster* Hollywood. Oleh sebab itu hanya 146 borang yang lengkap diterima dan digunakan untuk penyelidikan ini.

Borang berkenaan dikumpulkan dan dibawa ke makmal komputer untuk dianalisis. Proses pemasukan data dilakukan dengan cermat, termasuk melakukan

proses pengkodan. Setiap pemasukan dan pengkodan data diperiksa bagi memastikan tiada kesilapan berlaku. Selepas itu, data dianalisis menggunakan perisian SPSS 16. Proses triangulasi daripada semua data yang diperoleh termasuk interviu dan kumpulan fokus seterusnya dilakukan untuk menentukan kesahihan data kajian.

#### **5.6 Ujian Kebolehpercayaan tinjauan Soal Selidik**

Bagi memastikan data yang dikutip menerusi kaedah tinjauan mempunyai nilai kebolehpercayaan, maka ujian Cronbach's Alpha dilaksanakan. Menerusi kaedah ini, konsistensi data yang dikumpulkan akan diuji (Arul Phillips, 2011). Julat ko-efisien Alpha adalah antara 0 hingga 1 dan jika skor yang diperoleh lebih tinggi maka kebolehpercayaan data itu lebih tinggi. Ujian kebolehpercayaan menunjukkan nilai 0.528 bagi menjawab persoalan kajian ketiga iaitu sejauh mana nilai Barat diterima khalayak penonton tempatan? Manakala nilai 0.687 nilai yang diperoleh bagi menjawab persoalan penyelidikan keempat iaitu sejauh manakah unsur kedekatan budaya mempengaruhi pola pemilihan tontonan antara filem Malaysia atau Hollywood dalam kalangan khalayak tempatan?

#### **5.7 Kesimpulan**

Kedua-dua kaedah penyelidikan yang dilaksanakan itu dapat membantu penyelidik mendapatkan data bagi analisis dan perbincangan pada Bab 6. Bagi kaedah kualitatif penyelidik akan menggunakan data yang diperoleh daripada pemain industri dan kumpulan fokus yang menemu bual penonton bagi menjawab keempat-empat persoalan kajian manakala kaedah kuantitatif akan digunakan bagi menjawab persoalan kajian nombor tiga dan empat.

## **BAB 6**

### **ANALISIS DATA DAN PERBINCANGAN**

#### **6.1 Pengenalan**

Bab ini akan membincangkan data yang sudah diperoleh menerusi temu bual mendalam, kumpulan fokus dan tinjauan hasil daripada kaedah penyelidikan bercampur iaitu kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan data yang diperoleh hasil daripada kedua-dua kaedah akan menjawab persoalan kajian yang dikemukakan pada awal bab perbincangan. Analisis dan perbincangan akan dilakukan berdasarkan data yang diperoleh.

#### **6.2 Dapatan Temu Bual**

Bagi kajian ini, triangulasi pengukuran digunakan, iaitu selepas menemu bual semua pemain industri yang menjadi responden, data yang diperoleh akan dibandingkan dengan data sekunder seperti maklumat dari akhbar, majalah, Internet dan hansard Parlimen. Kesimpulan yang dilakukan adalah berdasarkan padanan data primer (temu bual) dan sekunder (akhbar, majalah, Internet dan hansard Parlimen).

Daripada temu bual yang dilakukan dengan sembilan orang pemain industri filem tempatan, pelbagai maklumat atau data diperoleh bagi menjawab soalan-soalan kajian yang dibentuk pada peringkat awal. Secara umum, setiap pemain industri filem tempatan menekankan tema atau isu asas apabila memperkatakan industri filem negara seperti yang diringkaskan pada Jadual 6.1. Untuk maklumat lanjut mengenai temu bual berkenaan, sila rujuk Lampiran 1 hingga 11.

**Jadual 6.1:** Pencerakinan Data Kualitatif Hasil Temu Bual Mendalam dengan Pemain Industri Filem Tempatan

<b>TOKOH</b>	<b>ISU</b>	<b>PETIKAN T/BUAL</b>
<b>Ahmad Puad Onah</b>	Kos penerbitan filem di Malaysia	Memang benar, antara masalah yang dihadapi oleh industri filem Malaysia ialah kos pembikinan filem yang tinggi.
<b>Prof Madya A Razak Mohaideen</b>	Industri filem tempatan	Jika 10 tahun yang lepas, tidak banyak filem yang dikeluarkan. Sekarang ini, sudah ada lebih kurang 20-30 filem yang dikeluarkan setiap tahun, berbanding 10 tahun yang lepas hanya lebih kurang 4 atau 5 sahaja yang dikeluarkan.
<b>Gayatri Su-Lin – Pillai</b>	Skrip kurang bermutu	Sangat sedihlah, (gelak).....kebiasaannya skrip yang dihantar sangat sedihlah.
<b>Ahmad Puad Onah</b>	Harga tiket yang rendah	Harga tiket yang tidak berubah hanya RM7 bagi setiap penonton tidak banyak membantu penerbit. Ini kerana kos produksi adalah tinggi.
<b>Benjamin Hasbie</b>	Filem Import	Memang menggugat, tetapi kita sudah kurangkan pengimportan filem dari luar negara.
<b>Kamil Othman</b>	Pertindihan tugasan	Tiada koordinasi menyebabkan semua kementerian bertindak sendiri-sendiri, tanpa kerjasama dengan kementerian atau agensi lain. Masing-masing kementerian nampak seolah-olah bersaing sesama sendiri untuk menjayakan program kementerian masing-masing.
<b>Ahmad Puad Onah</b>	Bahagian keuntungan yang tidak adil	Setiap penerbit mempunyai <i>share</i> 50%, jadi 50% itu sudah di campur dengan imbuhan tax rebat cukai yang diberikan oleh kerajaan.
<b>Ahmad Puad Onah</b>	Bilangan penonton filem tempatan tidak ramai	Ok, kita di Malaysia, purata penonton filem Melayu yang pergi ke pawagam 300,000 orang.
<b>Prof. Madya A Razak Mohaideen</b>	Kekurangan panggung untuk tayangan	Contohnya kalau kita tengok Kedah, pawagam hanya ada di Alor Setar dan Sungai Petani.
<b>Ahmad Puad Onah</b>	Bilangan filem tempatan semakin bertambah	Industri filem Malaysia kini telah meningkat dari segi pengeluaran filem. Jika 10 tahun lalu, hanya 3 hingga 4 filem sahaja yang diterbitkan dalam 1 tahun.



### **6.2.1 Pola Terkini Penerbitan Filem Tempatan**

Secara keseluruhannya, semua pemain industri yang ditemu bual mengakui bahawa industri perfileman tempatan mencatatkan perkembangan menggalakkan sejak kebelakangan ini. Ini boleh dilihat dari segi peningkatan jumlah filem yang dihasilkan seperti yang dinyatakan dalam temu bual yang dijalankan.

Industri filem Malaysia kini telah meningkat dari segi pengeluaran filem. Jika 10 tahun lalu, hanya 3 hingga 4 filem sahaja yang diterbitkan dalam 1 tahun. Kemudian ia semakin meningkat kepada 10 hingga 12 filem setahun. Dari segi penerbitan filem, tahun 2009 ada 50 buah filem yang diterbitkan. Ada yang telah disiapkan dan ada yang sedang dalam proses menyiapkannya.

(Ahmad Puad Onah)

Pada pendapat saya, secara keseluruhannya industri perfileman tempatan kita semakin meningkat. Boleh dilihat apabila 27 filem yang telah dikeluarkan.

(Gayatri)

Malah, bagi A. Razak Mohaideen, bilangan yang berminat menceburi industri filem negara juga sudah bertambah seperti yang dinyatakan dalam temu bual seperti yang berikut:

*Overall* saya melihat industri filem tempatan telah menampakkan perkembangannya. Jika 10 tahun yang lepas, tidak banyak filem yang

dikeluarkan. Sekarang ini, sudah ada lebih kurang 20-30 filem yang dikeluarkan setiap tahun, berbanding 10 tahun yang lepas hanya lebih kurang 4 atau 5 sahaja yang dikeluarkan. Itu dari sudut kuantitinya, dah mula menampakkan perkembangan. Dan saya percaya, itu adalah tanda awal bahawa ramai usahawan yang berminat untuk menceburi bidang pembikinan filem. Kalau dulu kita lihat, produser hanya ada beberapa orang sahaja, sekarang ini sudah ramai.

Sambutan hangat penonton tempatan dan penerbit filem berjaya membuka mata banyak pihak untuk menceburi industri perfileman di negara ini. Industri perfileman tempatan yang sebelum ini hilang daripada radar pemerhati tempatan dan antarabangsa kini mula kembali. Ini boleh dilihat apabila bilangan filem tempatan meningkat daripada enam judul pada tahun 2000 kepada 11 judul pada tahun 2001. Pertambahan bilangan filem berkenaan menyaksikan pertambahan kepelbagaian genre yang dihasilkan.

Tahun-tahun seterusnya daripada 2002 hingga 2012 menyaksikan pertambahan jumlah kutipan kasar yang dicatatkan industri filem tempatan. Kutipan kasar tiket menunjukkan sambutan amat memberangsangkan apabila data pada tahun 2005 menunjukkan kutipan adalah RM217.35 juta meningkat kepada RM234.98 juta pada 2006 dan angka itu terus meningkat kepada RM288.96 juta (2007), RM380.72 juta (2008), RM430.03 juta (2009), RM518.16 juta (2010) dan RM601.90 juta (2011). Bagi tahun 2012 kutipan kasar jualan filem dijangka meningkat berbanding tahun 2011 kerana sehingga Jun tahun ini kutipan kasar yang dicatatkan adalah RM301.16 juta ([www.finans.gov.my](http://www.finans.gov.my)).

Walaupun, industri perfileman tempatan mencatatkan pertumbuhan menggalakkan, industri ini berhadapan dengan pelbagai cabaran yang mampu merencatkan perkembangannya sekali gus boleh memusnahkan industri berkenaan.

Berdasarkan temu bual yang dilakukan beberapa tema yang sama muncul setiap kali selepas temu bual yang direkodkan secara verbatim dibaca, iaitu kos, skrip, tayangan, bilangan penonton, dan harga tiket. Namun penyelidik memilih kos

#### **6.2.1.1 Kos**

Berdasarkan pelbagai faktor yang menjadi cabaran kepada industri filem tempatan, penyelidik memilih kos sebagai faktor terpenting. Ini kerana tanpa mengetahui kos yang perlu dilabur syarikat, tiada filem dapat diterbitkan. Kos penerbitan filem di negara ini secara umumnya masih rendah berbanding syarikat penerbitan filem dari Thailand atau Hollywood. Filem termahal di negara ini ialah *Puteri Gunung Ledang (PGL)* yang diterbitkan Datin Seri Tiara Jacquelina dan Datuk Shazally Ramli pada tahun 2004 dengan pelaburan sebanyak RM12 juta ringgit. Kos filem ini sebenarnya jauh lebih rendah berbanding kos penerbitan epik sejarah *King Naresuan* di Thailand yang menelan perbelanjaan sebanyak RM60 juta. Secara purata kos penerbitan sebuah filem cereka di negara ini adalah antara RM1.2 hingga RM1.5 juta berbanding di Thailand yang puratanya tidak kurang daripada RM10 juta. Namun, kos ini jauh lebih rendah berbanding kos penerbitan filem Hollywood yang boleh mencecah antara RM100 juta hingga RM900 juta bergantung pada genre filem yang hendak diterbitkan.

Oleh sebab itu, penerbitan filem merupakan perniagaan berisiko tinggi berdasarkan kaedah “hit or miss” (risiko kepada penerbit kerana kos yang dilaburkan adalah tinggi, tetapi pulangnya belum pasti menguntungkan). Ini menyebabkan tidak ramai usahawan yang berani melabur dalam perniagaan ini. Kos yang lebih tinggi perlu dilaburkan jika penerbit hendak menghasilkan filem animasi, iaitu antara RM3 juta hingga RM4 juta. Pecahan kos penerbitan filem di negara ini adalah RM1.2 juta untuk penerbitan manakala antara RM200,000 hingga RM300,000 untuk kos promosi.

Responden yang ditemu bual menyatakan kos adalah faktor penting dalam menghasilkan filem yang bermutu dan menepati kehendak khalayak.

Kos adalah salah satu faktor kepada penghasilan filem yang bermutu, yang boleh menangani filem dari negara Asia lain. Kita jangan berbanding dengan Hollywood. Kita cuma tengok lingkungan dari rantau Asia sahaja. Contohnya Korea Selatan, Jepun, atau paling dekat dengan Malaysia (Thailand), buat filem. Kos bagi saya merupakan salah satu faktor penting dalam penghasilan filem yang bermutu. Faktor lain dari segi pembangunan modal insan, kemahiran pelakon tempatan sendiri.

(Benjamin Hasbie)

Sekiranya kita mempunyai bajet yang lebih, jadi tidak mustahil untuk kita menghasilkan filem yang lebih bermutu. Semuanya bergantung dengan bajet yang kita ada.

(Gayatri)

Sebenarnya filem yang baik memerlukan belanja yang besar. Contohnya kalau kita tengok filem *Avatar*. Mungkin ramai yang bersetuju filem tu filem yang terbaik. Tetapi *Avatar* punya kos pembikinan dia, kalau kita campur filem Melayu yang dihasilkan daripada zaman sebelum P.Ramlee sehingga hari ini pun tidak mampu nak membuat filem *Avatar*.

(Razak Mohaideen)

Inilah yang diperkatakan oleh Fauziah Kartini (2009) yang menyatakan produksi filem cereka tempatan membabitkan bajet, produk dan penonton. Ketiga-tiga aspek itu saling berkaitan. Kegagalan menyelesaikan hubungan ketiga-tiga aspek ini akan menyebabkan pelaburan dalam pembikinan filem berkenaan menemui kegagalan. Kekurangan bajet penerbitan akan menyebabkan penghasilan produk kurang bermutu dan gagal menarik penonton ke pawagam. Dalam keadaan tertentu, jika bajetnya tinggi dan penonton tidak dapat menerima produk berkenaan, ini akan membawa kerugian kepada penerbit. Ini yang berlaku pada *Puteri Gunung Ledang* (PGL) yang membabitkan kos penerbitan tinggi, tetapi pulangannya rendah.

*You can see the cost is the important factor.* Bayangkan satu hari shooting hingga sebulan, so nilai perbelanjaan dia akan bertambah la. Produser tak mampu nak keluar duit lebih daripada RM1.5 juta. Kalau pun dia mampu, dia tak mahu la ambil risiko. Siapa yang nak bawak keluar duit banyak tu kalau dah tahu kutipan tak pernah tinggi lebih daripada RM1 juta? Betul tak?

(Razak Mohaideen)

Jika penerbit tidak mahu rugi atau mengambil risiko dia hanya perlu membuat filem dengan harga RM700,000 atau campur dengan kos promosi ialah RM1.2 juta. Jika penerbit sanggup mengambil risiko, dia boleh menambah bajet, ini bermakna penerbit boleh berbelanja besar dalam RM2 juta.

(Ahmad Puad Onah)

Kos yang rendah bagi sesuatu penerbitan memberi kesan kepada pekerja industri fileman tempatan apabila mereka tidak mendapat gaji setimpal dengan tenaga kreatif yang dicurahkan.

Memang benar, antara masalah yang dihadapi oleh industri filem Malaysia ialah kos pembikinan filem yang tinggi. Dengan itu, pembiayaan yang disediakan oleh Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan menerusi FINAS dan SME Bank amat dihargai. Walaupun ia dalam bentuk pinjaman yang perlu dibayar balik, sekurang-kurangnya ini dapat membantu penerbit memulakan projek. Bagaimanapun, seperti apa juga bidang perniagaan, penerbit tidak bolehlah mengharapkan 100 peratus pinjaman daripada kerajaan. Sebaliknya, mereka perlu mempunyai modal sekurang-kurangnya 30 peratus daripada sumber sendiri. Ini akan membuatkan mereka bekerja dengan lebih tekun dan gigih lagi untuk mendapatkan pulangan.

(Ahmad Puad Onah)

Kru produksi sebagai tulang belakang sesebuah penerbitan seolah-olah tidak dihargai sumbangan mereka. Malah ramai berpendapat pekerjaan dalam bidang ini memperoleh pendapatan yang banyak, tetapi hakikatnya ada kru yang memperoleh pendapatan RM1,500 untuk dua bulan. Perbezaan bayaran antara pelakon dengan kru penerbitan sangat besar kerana penerbit lebih menyebelahi pelakon berbanding kru. Pelakon utama boleh memperoleh pendapatan RM100,000 bagi sebuah filem berbanding upah bagi juru audio, juru lampu dan juruteknik sepatutnya dibayar RM400 sehari, tetapi mereka selalunya hanya dibayar sebanyak RM3,000. Mereka juga dikerah bekerja antara 18

hingga 20 jam sehari walaupun sepatutnya hanya 12 jam sehari. Lebih malang jika mereka tidak menerima bayaran selepas diperah tenaga mereka.

**Jadual 6.2:** Kadar Upah Kru Mengikut Hari (RM/sehari)

Jenis tugas	Bayaran minimum (RM)	Bayaran maksimum (RM)
Pengarah fotografi	3,500	8,000
Operator Kamera	1,000	2,000
Ketua Juruelektirk	500	800
Pembantu Jurukamera 1	600	800
Pembantu Jurukamera 2	400	500
Pembantu Juru elektrik	350	400
Pembantu Kedua Kamera	300	400
Kru	500	800
Pembantu Kru	350	400
GRIP	250	300
Juru Bunyi	500	1,000
Pembantu Juru bunyi	220	250
Runner	180	250
Genset/Juruelektrik	200	250
Operator VTR	200	250

Sumber: *Berita Harian* (2012)

Selain kos yang tinggi, penerbit juga terpaksa membahagikan keuntungan kutipan hasil jualan tiket dengan syarikat pawagam. Setelah ditolak dengan kos, keuntungan yang diperoleh selalunya tidak seberapa. Jika filem tidak berjaya di pawagam, maka mereka menghadapi risiko kerugian dan gulung tikar. Selain itu, pembahagian kutipan tiket antara filem tempatan dengan filem import, terutama dari Hollywood amat berat sebelah. Bagi filem tempatan, pembahagian kutipan tiket adalah 50:50 pada minggu pertama tayangan, dan peratusan kepada penerbit akan terus berkurangan untuk

minggu-minggu seterusnya walaupun pawagam dipenuhi penonton. Bagi filem Barat pula, penerbit menerima 60 peratus hasil kutipan tiket dan filemnya ditayangkan di empat buah pawagam berbanding hanya satu hingga tiga buah pawagam bagi filem tempatan.

Ok, kita di Malaysia, purata penonton filem Melayu yang pergi ke pawagam 300,000 orang. Harga tiket purata RM8, jika  $300,000 \times RM8$  sama juga dengan RM2.4 juta. RM2.4 juta adalah kutipan kasar filem, kalau semua 300,000 orang pergi menonton, setiap penerbit mempunyai “share” 50%, jadi 50% itu sudah di campur dengan imbuhan tax rebat cukai yang diberikan oleh kerajaan. Jika tidak dicampur, penerbit hanya dapat 35% tapi setelah dicampur, penerbit dapat 50%, panggung dapat 50%, jadi maknanya apabila memperoleh RM2.4 juta maka hak penerbit yang tinggal adalah RM1.2 juta. RM1.2 juta merupakan kos promosi dan kos pengedaran untuk percetakan filem, kalau kita campurkan lebih kurang RM500,000. Maka yang tinggal adalah RM700,000. Jika penerbit tidak mahu rugi atau mengambil risiko dia hanya perlu membuat filem dengan harga RM700,000 atau campur dengan kos promosi ialah RM1.2 juta.

(Ahmad Puad Onah)

Untuk mendapatkan pulangan modal dan keuntungan daripada pelaburan yang dilakukan, setiap filem yang dihasilkan perlu mencatatkan kutipan melebihi RM4 juta. Ini kerana selain perlu menolak pelbagai kos yang terpaksa dikeluarkan, penerbit terpaksa membahagikan keuntungan dengan syarikat pawagam yang menayangkan



filem mereka. Jika penerbit mahu memperoleh keuntungan, filem yang berbajet RM2.5 juta perlu menarik sekurang-kurangnya 400,000 orang penonton ke pawagam.

Oleh sebab itu, aktiviti penerbitan filem dilihat tidak menguntungkan. Setakat ini hanya ada tiga buah syarikat yang prolifik dalam penerbitan filem di negara ini, iaitu Metrowealth International Group (MIG), Grand Brilliance Sdn Bhd, dan Tayangan Unggul Sdn Bhd – Astro Shaw Sdn Bhd. Grand Brilliance Sdn Bhd yang kini bernaung dibawah Primeworks Studio Sdn Bhd, anak syarikat Media Prima Bhd (MPB) aktif menerbitkan telemovie dan filem dengan sasaran utama untuk disiarkan dalam rangkaian televisyen milik MPB. Begitu juga dengan Tayangan Unggul dan Astro Shaw yang aktif menerbitkan filem untuk saluran televisyen berbayar Astro. Bagi MIG mereka menggunakan pendekatan Shaw Brothers yang menjadikan setiap pelakon, pengarah dan penulis skrip sebagai pekerja yang diberi gaji tetap secara bulanan. Cara ini dapat mengurangkan kos penerbitan.

#### **6.2.1.2 Skrip**

Selepas kos faktor kedua terpenting dalam sesebuah penerbitan adalah skrip. Kekuatan sesebuah filem bergantung kepada skrip yang dihasilkan. Tanpa skrip yang baik, idea yang ada tidak dapat diterjemahkan kepada format filem. Skrip ialah penulisan yang mengandungi idea untuk memandu proses komunikasi ketika dibaca atau dibincangkan sama ada menerusi audio, video atau kedua-duanya yang mampu memberikan rangsangan kepada penonton. Namun bayaran rendah diterima penulis skrip selain kelemahan penguatkuasaan harta intelek mempengaruhi penulisan skrip yang bermutu.

Di Malaysia, skrip yang dihasilkan biasanya menghampakan. Secara puratanya 70 peratus kehancuran sesebuah filem disebabkan kelemahan skrip. Lazimnya, skrip yang dihasilkan pengarah akan lebih berkualiti kerana mereka memahami kehendak

skrip. Untuk menulis skrip yang baik bukan mudah dan ini diakui oleh pemain industri filem yang ditemu bual.

Untuk menghasilkan skrip bukan perkara mudah, malah sangat rumit dan memerlukan disiplin tinggi. Semua orang boleh mencetuskan idea dan barangan mengenai cerita hebat mereka, tetapi segala bayangan dalam kepala hanya tinggal sekadar kisah longgar yang tidak tersusun sehingga di zahirkan dalam bentuk tulisan. Apabila penulis layar menulis, dia terlebih dahulu ‘melihat’ babak yang ditulisnya dan mendengar watak rekaannya melafazkan dialog yang dicipta dengan teliti sebelum naskhah jatuh ke tangan pengarah dan pelakon yang bakal menentukan sama ada mereka berjaya menginterpretasikan hasil karyanya dengan tepat seperti dia lihat. Idea yang dikekang peraturan penguat kuasa dasar atau kepincangan lain seperti bajet terhad dan sebagainya tidak mungkin mampu menghasilkan sesuatu yang hebat, inovatif serta jujur.”

(Razak Mohaideen)

Malah ada akibat bayaran rendah penerbit menyifatkan skrip yang dihasilkan tidak berkualiti dan menyedihkan hingga perlu dirombak bagi memenuhi kehendak pengarah.

Sangat sedihlah, (gelak).....kebiasaannya skrip yang di hantar sangat sedihlah. Boleh dilihat sepanjang 28 filem yang telah dihasilkan ini skripnya dihasilkan oleh director sendiri, bukannya dari penulis skrip. Sebab mereka tahu apa yang diinginkan mereka secara terus nya. 50 peratus benar. Hal ini, kerana kebanyakan skrip yang ada kebanyakan

klise dan meniru daripada luar. Sebagai tambahan. Sesuatu filem itu tidak boleh menyentuh mana-mana kaum dan agama lain.

(Gayatri)

Kalau dapat skrip dari Mohammad Yasmin atau Pok You Hang itu skrip yang bagus. Satu skrip yang bagus memerlukan banyak faktor dari segi pengarang skrip sendiri, sinematograf, atau latar belakang filem.

(Benjamin Hasbie)

Sebagai penerbit GB cuba untuk memainkan peranan semampu mungkin, iaitu memastikan bahasa yang digunakan bukan bahasa rojak dalam erti kata lain bukan separuh Melayu dan sebahagian lain Inggeris dalam satu ayat. Saya (Ahmad Puad Onah), bertanggungjawab memastikan hanya bahasa Melayu yang betul saja digunakan ketika pengucapan dialog. Saya pastikan pada peringkat skrip lagi, ayat yang digunakan adalah betul. Pada masa yang sama, saya cuba juga menyelitkan pengajaran kepada penonton sebagai satu tanggungjawab sebagai pembikin drama dan filem yang beragama Islam.

(Ahmad Puad Onah)

Memandangkan sebahagian besar penulis skrip di negara ini terdiri daripada guru, penulis novel, dan wartawan, idea yang terhasil kebanyakannya bersifat ulangan, klise dan stereo taip. Maka, bagi meningkatkan kualiti skrip, lebih ramai golongan profesional dalam pelbagai bidang perlu digalakkan untuk menulis dan menghasilkan

skrip filem. Inilah antara sebab kejayaan Hollywood dalam mengangkat kisah pergolakan bursa saham, perbicaraan mahkamah, kisah sains fiksi selain kisah cinta remaja dan aksi. Pembabitan penulis skrip yang memiliki kepelbagaian latar belakang pendidikan akan melahirkan kepelbagaian idea yang seterusnya membantu peningkatan mutu skrip bagi mengelakkan kebosanan penonton yang dikhuatiri tidak akan menonton filem tempatan.

Walaupun ramai pihak beranggapan kebanyakan skrip yang dihasilkan agak klise dan stereotaip, cerita yang dipersembahkan sebenarnya bersifat universal dengan tema yang popular dan bersifat sejagat seperti cinta, kasih sayang, perjuangan menegakkan kebenaran, dan perbezaan darjat. Yang penting ialah cara penulis skrip menggarap cerita berkenaan bersesuaian dengan keadaan semasa.

Begini sebenarnya, di dalam dunia ini tiada lagi cerita yang asli, semua cerita ada dalam saluran, daripada cerita-cerita yang pernah di keluarkan, sama ada pada zaman-zaman dahulu, cerita legenda, cerita rekaan, cerita sejarah yang kebiasaannya adalah cerita yang pernah didengari oleh manusia. Cuma nya kita perbaiki, ubah suai, per modenkan, contohnya cerita mengenai cinta tiga segi. Cinta tiga segi ini telah wujud dari zaman Romeo dan Juliet dan ia wujud dari zaman dahulu kala lagi. Jadi maknanya, tidak asli dan di modenkan serta diubah suai dialognya di perbaiki dan itu menjadi suatu yang baru.

(Ahmad Puad Onah)

Razak Mohaideen yang ditemu bual menafikan skrip yang dihasilkan klise dan stereotaip kerana pada mereka tiada cerita yang asli. Walaupun kebanyakan skrip

dikatakan stereotaip, garapan dengan pembaharuan cerita akan menarik perhatian penerbit.

... Tapi kalau kita tak hipokrit, *be ourselves. Movie have an own culture.* Contoh, I buat *Anak Mami*, I bagi *culture* orang utara. Ini adalah *culture*, so bila I buat Duyung pula, I buat satu *culture* yang tak pernah wujud, *culture* yang tidak wujud. Itu fantasi. Kalau kita filem misalnya dua hati satu jiwa. Kalau kita kata ini bukan *culture* kita, tak betul. Pakai seluar bukan *culture* kita. Kita patut pakai kain sarung. Betul tak? Takkan la tiap kali *you* pergi pejabat, *you* nak tunjuk orang tu pakai baju Melayu pergi pejabat? Adakah itu yang berlaku di Malaysia? Tak...terimalah, kita tak boleh jadi hipokrit.

Malah, kekayaan karya sastera tempatan boleh diangkat sebagai filem dan sekali gus akan meningkatkan kualiti filem yang diterbitkan. Jika dilihat industri perfileman antarabangsa, terutama Hollywood banyak karya sastera yang dijadikan filem. Antaranya *Lord Of The Rings*, yang diubah kepada filem oleh pengarah filem dari New Zealand, Peter Jackson dan filem itu mencatatkan kutipan pecah panggung. Filem Melayu pada zaman kegemilangannya di Singapura banyak menjadikan karya sastera tempatan sebagai asasnya. Antaranya filem *Hang Tuah* lakonan Tan Sri P.Ramlee arahan Phani Majumdar dan juga cerita rakyat tempatan seperti *Nujum Pak Belalang*, *Seri Mersing*, *Badang*, *Hang Jebat* dan *Megat Terawis*. Pelbagai karya sastera yang diiktiraf seperti tulisan Sasterawan Negara Salina (A Samad Said), *Tulang-tulang Berserakan* (Usman Awang) dan *Sandera* (Arenawati). Karya-karya mereka amat tebal dengan budaya kemelayuan, nilai yang amat kurang dalam filem sekarang.

Kalau setahun di dunia, berpuluh ribu filem keluar, dan hampir 50% filem tu datang ke Malaysia, semua akan jadi stereo taip. Ok, contoh *you* tengok cerita pasal cinta, filem itu cinta, filem ini cinta, itu pun stereotaip. Tapi bagi, *I* sama ada *Cicak Man* atau tak *Cicak Man* pun, ada satu percubaan. Ada cara baru, kalau tak cuba, kita tak tahu. Sama ada stereo taip atau tidak, cerita itu *fresh*. Mungkin konsep yang stereo taip. Kita dah tengok Superman dan Spiderman tapi siapa superhero kita? Siapa super hero Malaysia? Kita takde. Kalau kita nak yang tempatan, kita ada Badang. Tapi Insya-Allah la, dalam setahun dua lagi kita keluarkan Badang.

(Razak Mohaideen)

Di negara ini, bayaran bagi seseorang penulis skrip tidak tetap dan berbeza-beza antara syarikat produksi. Oleh itu, kebanyakan penulis skrip tempatan menjadikan penulisan skrip sebagai kerjaya sampingan dan tidak ramai yang berani yang menjadikan kerjaya sepenuh masa. Walaupun bayaran skrip filem terkini adalah antara RM2,000 hingga RM20,000 bagi sesebuah filem cereka, ini masih bergantung kepada rundingan antara penulis skrip dengan produser. Ini bertentangan dengan amalan yang dilaksanakan di Hollywood apabila penulis skrip diberi bayaran setimpal dengan idea kreatif yang dikemukakan. Malah, sebahagian besar syarikat penerbitan filem di negara ini memiliki panel penulis skrip mereka sendiri. Ini merupakan salah satu cara untuk menjimatkan kos atau membayar penulis skrip luar.

Selain itu, proses penghasilan skrip daripada idea kepada skrip lengkap memakan masa yang panjang seperti yang dinyatakan oleh Ahmad Puad Onah dalam temu bual yang dijalankan. Ini menyebabkan bayaran yang diterima tidak setimpal

dengan tenaga yang dikeluarkan. Ada juga pengarah yang menulis skrip sendiri untuk menjimatkan kos.

Oleh itu, apa yang berlaku ialah kita sebagai syarikat penerbitan, kita membuat sesi *pitching* yang mana penulis-penulis skrip dan pengarah akan datang dan menceritakan cerita mereka, mereka akan menceritakan mengenai apa yang mereka hendak bawakan. Dari segi jalan cerita, apa pembaharuan yang mereka buat, kalau kita bersetuju baru kita minta mereka sediakan skrip, Bila sudah selesai kita akan semak. Kadang-kadang skrip itu akan menjadi versi ke-7, 8, atau ke 10, Dalam masa setahun hingga dua tahun baru boleh datang balik dengan skrip yang telah siap di edit dan dipersetujui, kemudian baru boleh kita memulakan penggambaran.

(Ahmad Puad Onah)

Berbanding dengan penulis skrip di Hollywood, penulis skrip di negara ini jauh ketinggalan kerana penulis skrip di sana boleh meletakkan harga melebihi RM3 juta bagi sebuah skrip. Bagi yang terkemuka pula, mereka boleh meminta bayaran lebih daripada RM30 juta bagi sebuah filem. Ini kerana tanpa skrip sesebuah filem tidak mampu dihasilkan kerana skrip adalah asas kepada penerbitan filem. Penulis skrip adalah individu awal yang akan berjumpa penerbit sebelum sesebuah filem diterbitkan.

Dengan bayaran yang agak rendah, kualiti skrip yang dihasilkan di negara ini amat menyedihkan. Ini juga menyebabkan penyelidikan sering dikrompomikan sehingga lahirnya skrip yang ketiadaan fakta yang tepat dan longgar. Apabila skrip sebegini dipindahkan ke layar perak, filem yang diterbitkan tidak dapat meyakinkan

penonton. Ini kerana senario yang digambarkan dalam filem tidak menepati atau memaparkan keadaan sebenar.

Penerbit filem di negara ini juga tidak menekankan budaya *research and development* ketika dalam proses menghasilkan skrip. Ini menyebabkan filem yang dihasilkan tidak mengambil kira ketepatan fakta.

(Kamil Othman)

Status penulis skrip di negara ini dianggap sama seperti kru penerbitan sedangkan mereka adalah individu penting (selain pengarah dan pelakon) yang menentukan kejayaan sesebuah filem. Seorang penulis skrip ibarat seorang peniaga idea yang perlu diberikan pengiktirafan sewajarnya. Negara seperti Korea Selatan turut mengiktiraf sumbangan penulis skrip dengan memberikan insentif sewajarnya kepada mereka. Hasilnya drama televisyen dan filem yang dihasilkan mendapat sambutan

Walaupun di Malaysia Dana Industri Kreatif Negara (DIKN) disediakan, tiada insentif diberikan kepada penulis skrip. DIKN hanya disediakan untuk penerbitan filem sedangkan idea asas sebelum sesebuah filem diterbitkan ialah skrip. Oleh itu, Persatuan Penulis Skrin Malaysia (SWAM) dengan 370 orang ahlinya giat memperjuangkan jumlah bayaran maksimum sebanyak RM30,000 untuk sebuah skrip filem cereka tanpa mengira penulis baharu atau lama.

#### **6.2.1.5 Tayangan**

Bilangan panggung wayang atau pawagam yang tidak mencukupi juga merupakan isu yang dibangkitkan hasil temu bual dalam penyelidikan ini. Di Malaysia ketika ini terdapat 119 buah pawagam dengan 725 skrin dan 134, 343 tempat duduk



([www.finans.gov.my](http://www.finans.gov.my)). Kekurangan ini merencatkan kutipan tiket dan peluang untuk menayangkan kepada penerbit. Malah, negeri seperti Kelantan dan Terengganu tidak mempunyai pawagam langsung dan filem tidak dapat ditayangkan di negeri berkenaan.

Contohnya kalau kita tengok Kedah, pawagam hanya ada di Alor Setar dan Sungai Petani, macam mana dengan Jitra dan tempat-tempat lain. Di Johor hanya ada di Johor Bahru dengan kalau tak silap saya dekat Muar. Tempat lain tidak ada. Jadi apabila tempat-tempat lain tidak ada pawagam, ramai orang tidak mahu pergi ke pawagam sebab terlalu jauh. Jadi itu pun memberi kesan kepada kutipan dan juga penonton.

(Razak Mohaideen)

Walaupun kerajaan menyediakan dana bagi penerbitan filem, tiada dana disediakan untuk menyediakan pawagam bagi memudahkan penerbit tempatan menayangkan filem mereka. Bilangan pawagam yang ada masih belum mencukupi, terutama apabila bilangan penerbitan filem tempatan semakin meningkat dan terpaksa bersaing dengan filem import dari Hollywood, Hong Kong, Bollywood (Hindi), Kollywood (Tamil), dan Korea Selatan yang memiliki banyak kelebihan, terutama kos promosi, untuk ditayangkan di pawagam.

Ketika ini membina pawagam adalah usaha pihak swasta dan mereka hanya akan mendirikan di kawasan yang akan memberikan keuntungan kepada pelaburan mereka. Malah, menurut Razak Mohaideen,

Tidak ada satu pun pawagam milik kerajaan. Kesemua milik individu atau syarikat Berhad. Maknanya syarikat berhad itu pun mencari

keuntungan. Jadi tentunya orang-orang yang mengendalikan pawagam di Malaysia yang kira-kira mempunyai sebanyak 105 skrin. Lebih kurang 80 lebih pawagam di serata Malaysia. Jadi tentunya mereka inginkan keuntungan, jadi mereka akan mengutamakan filem-filem yang mereka rasa menguntungkan dan boleh menarik lebih ramai penonton.

Oleh sebab itu, kerajaan menerusi FINAS wajar mempertimbangkan pembinaan pawagam bagi tayangan filem tempatan, terutama di luar Lembah Klang. FINAS boleh mencadangkan penubuhan pawagam di setiap ibu negeri, bandar-bandar besar dan pekan-pekan kecil kerana ini dapat membantu usaha menambahkan filem tempatan yang dapat ditayangkan dan seterusnya meningkatkan jumlah kutipan tiket filem tempatan. Malah pihak kerajaan dan swasta boleh menubuhkan syarikat usaha sama bagi membina lebih banyak pawagam sama ada berskala besar atau berbentuk sinepleks.

Selain bergantung pada kutipan tiket di pawagam, penerbit seperti Primeworks Studio Sdn Bhd, Tayangan Unggul Sdn Bhd, Skop Production, KRU Studios dan MIG Sdn Bhd mereka mencari saluran lain untuk mendapatkan pendapatan tambahan bagi mendapatkan semula modal yang sudah dilaburkan. Penerbit Grand Brilliance yang ditemu bual menyatakan pelbagai langkah diambil untuk menambah saluran yang boleh membawa kepada pertambahan pendapatan.

Itu adalah bisnes modal tetapi bukanlah bermakna kalau tidak mencapai sasaran penonton, kita akan rugi terus, tidak!. Kita ada lagi pendapatan sampingan iaitu jualan secara video, jualan televisyen, televisyen berbayar, televisyen percuma, ditambah pula dengan sedikit jualan televisyen untuk negara jiran seperti televisyen Singapura kemudian ada sedikit di Brunei, di Hotel Airline merupakan salah satu daripada

pendapatan sampingan. Oleh itu, lagi besar belanja lebih tinggi risiko yang dihadapi.

(Ahmad Puad Onah)

Pendapatan sampingan lazimnya diperoleh melalui pembelian oleh stesen televisyen atau menjualnya dalam format DVD di pasaran terbuka.

Selepas habis tayangan di panggung, filem itu akan ditayangkan di kaca televisyen menerusi slot tertentu, misalnya Hari Raya atau Tahun Baharu. Pihak stesen akan beli filem berkenaan pada harga RM200,000 untuk dua kali tayangan dalam tempoh dua tahun. Kali ketiga tayangan di televisyen adalah RM30,000 manakala selepas itu RM10,000.

(Ahmad Puad Onah)

Keuntungan penerbit hanyalah daripada pendapatan sampingan, iaitu jualan hak video dan hak siaran televisyen. Bagaimanapun, pendapatan yang diterima daripada kedua-dua sumber itu bergantung pada sama ada filem berkenaan berjaya mencatat kutipan box-office. Tetapi, jika diambil kira tempoh masa yang diambil penerbit untuk menghasilkan filem, daripada pengumpulan cerita, produksi, sehingga pengedaran, selama 12 hingga 18 bulan, keuntungan yang diperoleh tidak banyak kerana perlu membayar pelbagai kos.

(Razak Mohaideen)

Walau bagaimanapun pendapatan penerbit selalu terjejas dengan ancaman lanun cetak rompak dan aktiviti muat turun haram di Internet. Dengan kesedaran terhadap kegiatan cetak rompak yang masih rendah dalam kalangan pengguna di negara ini, kecenderungan membeli produk cetak rompak adalah tinggi. Strategi Astro memperkenalkan Astro First bagi membuka peluang untuk penerbit filem tempatan mendapat saluran tambahan kutipan adalah bagus, tetapi pada masa yang sama memberi ruang kepada aktiviti cetak rompak. Filem tempatan yang direkodkan akan dimuat naik pada satu laman khas dan boleh dimuat turun oleh orang ramai pada bila-bila masa.

#### **6.2.1.5 Bilangan Penonton**

Selain berhadapan dengan masalah kos, jumlah penonton yang ke pawagam masih kurang dan tidak mampu memberikan kutipan yang menguntungkan penerbit. Ini kerana filem tempatan majoriti penontonnya adalah kaum Melayu kerana filem yang diterbitkan kebanyakannya berlatar belakangkan budaya Melayu.

Secara purata, jumlah penonton filem Melayu kira-kira 300,000 orang.

...penonton filem Melayu tak pernah mencapai angka 1 juta. Kutipan banyak la yang dicatat. Penonton 1 juta memang tak pernah capai lagi. Setakat ini paling tinggi pun lebih kurang setengah juta penonton. Antara 500 hingga 600 ribu sahaja daripada 28 juta penonton yang menonton.

(Razak Mohaideen)

Kaum Cina dan India lebih gemar menonton filem terbitan import dari Hong Kong, Korea, Taiwan, Jepun, Kollywood, Bollywood dan Hollywood. Oleh sebab itu menurut Razak Mohaideen:

Jadi secara sedar tak sedar filem Hollywood tentu mempunyai jumlah penonton yang ramai, sebab tiga bangsa di Malaysia menonton filem tersebut.

Temu bual kumpulan fokus mendapati bahawa penonton mempunyai sebab tersendiri apabila memilih untuk ke pawagam.

Menonton filem di panggung dapat berkongsi waktu di samping boleh bersosial subjek filem berkenaan bersama rakan.

(Responden 16 - Noor Fazidah)

Menonton filem di panggung kerana sistem audio nya lebih canggih dan persekitaran yang ramai mampu mempengaruhi 'mood' ketika menonton.

(Responden 18 - Suzalina)

Lebih seronok menonton di panggung kerana mempunyai skrin lebih luas dan memberikan kepuasan.

(Responden 1 - Jancy)

Mereka juga berpendapat menonton wayang di pawagam lebih memberikan kepuasan berbanding menonton di televisyen berdasarkan keupayaan pawagam menyediakan sistem audio yang canggih dan layar yang lebih besar.

Kalau ikutkan hati lebih suka kat panggung sebab sistem bunyi yang menarik dan skrin yang besar tetapi kerana nak jimatkan kos di rumah lebih baik.

(Responden 8 - Muhammad Shafiq)

Suka kat panggung, visual sound best....but kat rumah also o.k, budget kurang dapat kontrol.

(Responden 6 - Kamalavacini)

Penonton filem tempatan terbahagi kepada dua golongan iaitu bangsa Melayu, khususnya di kawasan bandar yang tidak menonton filem Melayu, dan bangsa bukan Melayu yang tidak fasih dengan bahasa kebangsaan. Bagi golongan pertama, mereka seharusnya melihat filem tempatan yang menggunakan bahasa kebangsaan sebagai satu bentuk hiburan dengan nilai dan caranya tersendiri. Mereka tidak seharusnya membandingkan filem tempatan dengan filem Barat, khususnya dari Hollywood kerana perbezaan bajet yang terlalu besar. Purata kos penerbitan bagi filem tempatan ialah RM1.5 juta sementara filem Barat antara RM300 juta hingga RM900 juta bagi filem *block buster*. Bagi golongan kedua, masalahnya lebih rumit kerana sistem pendidikan yang sedia ada menyebabkan ramai penduduk negara ini tidak fasih berbahasa kebangsaan. Jika situasi ini berterusan, ini boleh menyebabkan penerbit filem tempatan

mengutamakan penggunaan bahasa asing dalam filem mereka untuk menarik perhatian penonton tempatan.

Oleh sebab itu, pihak industri berpendapat bilangan penonton yang ada sekarang perlu ditambah kepada satu juta orang. Norman Abdul Halim, Pengarah Urusan KRU Studios menyatakan jumlah penonton tertinggi pernah menonton filem tempatan antara 700,000 hingga 850,000 orang dan sasaran sejuta penonton filem tempatan bukan mustahil ([www.sinemamalaysia.com.my](http://www.sinemamalaysia.com.my)). Namun sasaran itu tidak mudah dicapai kerana penonton tempatan lebih gemar menonton filem Hollywood berbanding tempatan kerana kualiti yang ada pada filem berkenaan.

Filem *Jangan Pandang Belakang (JPB)* yang merupakan filem tempatan paling laris dengan kutipan tiket sekitar RM7.2 juta, misalnya hanya berjaya menarik sekitar 720,000 penonton sahaja, dengan andaian umum sekeping tiket berharga RM10. Namun, filem terbitan Singapura, *Money Not Enough* arahan Jack Neo umpamanya mencatatkan kutipan tiket berjumlah RM14.9 juta pada 1998. Ini menunjukkan perbezaan yang jelas sedangkan penduduk di Singapura adalah sekitar empat juta orang, tetapi apresiasi dan jumlah penonton di negara itu jauh lebih besar berbanding negara ini.

Jika sasaran sejuta penonton yang ditetapkan, setakat ini ia hanya menarik sekitar 0.26 peratus daripada keseluruhan 28 juta rakyat Malaysia. Untuk menarik sasaran sejuta penonton ke pawagam di negara ini bukanlah suatu perkara mudah kerana ia memerlukan perubahan yang radikal dalam industri perfileman tempatan. Penerbit filem yang ditemu bual bersetuju dengan pertambahan bilangan penonton daripada antara 200,000 hingga 300,000 kepada satu juta kerana ada jumlah yang diperlukan bagi menyokong industri filem tempatan.

#### **6.2.1.5 Harga Tiket**

Harga tiket filem yang ditayangkan di pawagam adalah kekal secara purata antara RM7 hingga RM8 manakala di bandar utama harganya adalah RM10. Penerbit filem yang ditemu bual menyatakan bahawa harga tiket yang tidak berubah atau meningkat menyebabkan jumlah pendapatan hasil jualan tiket tidak dapat dipertingkatkan dan ini mengurangkan perolehan penerbit filem.

Jika diambil harga purata tiket wayang RM7, ini bermakna kutipan kasar berjumlah RM 2.1 juta.

(Razak Mohaideen)

Harga tiket yang tidak berubah hanya RM7 bagi setiap penonton tidak banyak membantu penerbit. Ini kerana kos produksi adalah tinggi.

(Ahmad Puad Onah)

Namun berdasarkan perbincangan kumpulan fokus, ada yang berpendapat menonton wayang memerlukan kos yang tinggi, maka menonton menggunakan DVD atau VCD di rumah dapat menjimatkan kos. Malah, ada yang menyatakan bahawa mereka lebih gemar membeli DVD atau VCD cetak rompak apabila mahu menyaksikan filem terbaharu kerana harganya yang murah dan boleh menontonnya berulang kali bersama keluarga mengikut kesesuaian masa. Ini juga dapat mengeratkan lagi hubungan kekeluargaan.



...menonton DVD di rumah lebih baik kerana dapat mengeratkan hubungan kekeluargaan dan boleh beramah mesra.

(Responden 3 - Nurfarizan)

*...watch with friends because you can do anything when you are at home.  
You don't feel ashamed when you laugh or admire the artists on screen.*

(Responden 9 - Lovishina)

Saya gemar menonton DVD kerana dapat menjerit dan meluahkan perasaan tetapi jika di panggung terpaksa mengawal diri.

(Responden 12 - Kavirajan)

Beli DVD kerana dapat menonton berulang-ulang kali dan tidak perlu beratur panjang untuk membeli tiket.

(Responden 13 -Nur Juliani)

Bagi yang pelanggan perkhidmatan stesen televisyen satelit berbayar Astro, seperti Responden 2 (Buveneswary) pula, mereka lebih gemar menonton filem, terutama dari Barat, di rumah kerana faktor keselesaan.

#### 6.2.1.6 Tayangan Filem Import

Kemasukan filem asing dilihat menggugat industri filem tempatan kerana filem-filem ini mengganggu momentum filem tempatan. Malah, hampir semua filem asing terutama Hollywood memenuhi slot tayangan di lebih 150 pawagam di negara ini. Ini menyebabkan slot tayangan bagi filem tempatan terpaksa dikurangkan. Hasil temu bual memperoleh jawapan yang hampir sama seperti yang berikut:

Filem-filem import lebih mendapat sambutan hangat daripada penonton bukan Melayu berbanding filem tempatan manakala pengusaha pawagam lebih mementingkan keuntungan dan meminggirkan filem tempatan. Filem tempatan hanya mampu bertahan selama seminggu di panggung.

(Razak Mohaideen)

Memang menggugat, tetapi kita sudah kurangkan pengimportan filem dari luar negara. Kita kurang sedikit demi sedikit. Tetapi itu terpulang pada pawagam bagi GSC, dia nak laku tempat pawagam dia, dia terpaksa mengimport filem dari Hollywood, sama *blockbuster, that's one* dah jadi macam kemestian kepada mereka. Kebanyakan filem dari Hollywood kalau dari Asia Tenggara ini kurang sedikit.

(Benjamin Hasbie)

Ya, menggugat. Antara filem yang boleh dikatakan menggugat ialah filem dari Hokkien, Hollywood dan Bollywood. Tetapi kadangkala filem

luar juga diperlukan dalam filem tempatan kerana ingin memenuhi selera masyarakat Malaysia. Walaupun begitu, filem luar ini tidak boleh menyekat filem tempatan. Kemasukan filem dari luar juga perlu disekat jumlahnya supaya tidak memberi saingan yang hebat kepada filem tempatan.

(Gayatri)

Berdasarkan temu bual yang dilakukan, ini berlaku kerana Malaysia mengamalkan pasaran bebas yang membenarkan filem dari luar negara masuk dengan bebas tanpa kawalan ke dalam negara dan ditayangkan kepada umum. Menurut Razak Mohaideen, ini berbeza dengan Thailand dan Indonesia yang mensyaratkan filem import dialih bahasa atau mempunyai sari kata dalam bahasa tempatan di samping mengehadkan tayangan hanya di ibu negara sahaja. China dan Korea pula mengehadkan jumlah filem asing yang boleh ditayangkan di negara itu kepada kuota tertentu. Kemasukan tanpa syarat yang ketat, iaitu hanya perlu melepasi tapisan dan meletakkan sari kata dalam bahasa Melayu, menyebabkan filem tempatan perlu berusaha kuat untuk bersaing, terutama dengan filem yang berkos tinggi.

Di Malaysia, filem yang ditayangkan di pawagam, peraturannya agak longgar. Ini bermakna, setiap filem dari mana-mana negara boleh ditayangkan di Malaysia asalkan diluluskan oleh Lembaga Penapisan Filem Malaysia. Purata bagi setahun, terdapat 500 filem asing ditayangkan di Malaysia berbanding dengan filem Melayu. Jadi tidak wujud persoalan adakah industri filem tempatan tergugat kerana kita

mengamalkan pasaran terbuka. Jadi kita perlu bersaing untuk mendapat tempat.

(Ahmad Puad Onah)

Saya setuju, kemasukan filem import ini antara penggugat industri filem tempatan. Malaysia mengamalkan sistem pasaran bebas dalam kemasukan filem asing. Pengedar filem bebas akan membawa masuk filem dari mana-mana negara selagi ada pawagam yang sedia menayangkannya. Dari satu segi, ini menunjukkan kerajaan kita mengambil pendekatan liberal dengan membenarkan rakyat menilai sendiri kesesuaian filem yang hendak ditonton. Tetapi dari segi lain pula, pendekatan ini menyekat peluang filem tempatan untuk bersaing dengan filem-filem yang dihasilkan dengan kos puluhan atau ratusan juta ringgit, terutama dari Hollywood.

(Razak Mohaideen)

Penerbit filem yang ditemu bual secara mendalam menyatakan dasar kerajaan yang terbuka kepada filem luar memudahkan kemasukan filem berkenaan. Mereka berpendapat langkah kerajaan itu ada baik dan buruknya.

Secara keseluruhan, kalau kita tengok dalam mana-mana negara yang membenarkan filem-filem luar di bawa masuk, memang akan berlaku masalah dari segi menganaktirikan, persaingan dan juga filem-filem yang dihasilkan dari luar negara ini memang menggunakan bajet yang besar.

Maknanya jika bajetnya besar, kualiti pembikinan pun bertambah baik. Jadi tentunya ada kesannya. Tambah-tambah di Malaysia ini kita ada tiga bangsa yang besar, tiga bahasa yang berlainan, jadi filem-filem yang dihasilkan daripada Hollywood adalah satu-satunya filem yang ditonton oleh tiga bangsa ini.

(Razak Mohaideen)

Malah, kepelbagaian kaum di negara ini menyebabkan kemasukan filem luar agak sukar dikawal kerana terdapat permintaan daripada mereka. Menurut Razak Mohaideen,

Kita terpaksa menerima hakikat bahawa negara kita mempunyai pelbagai bangsa dan bahasa, terutama sekali Melayu, Cina, India dan bahasa-bahasa lain. Dengan itu, kita tidak boleh menetapkan atau memaksa mana-mana kaum untuk menonton filem tempatan. Berlainan dengan negara Thailand, mereka hanya menggunakan satu bahasa sahaja walaupun turut mempunyai tiga bangsa. Keadaan ini menyebabkan masyarakat mereka tidak mempunyai banyak pilihan. Namun, sekiranya kita mengawal kemasukan filem daripada Bollywood dan Hollywood, mungkin kita dapat mengurangkan masalah ini.

Ini diakui juga oleh peserta kumpulan fokus yang menyatakan mereka lebih banyak menonton filem import.

Lebih lima kali sebulan.

(Responden 21 - Rosmalis)

Sangat kerap yang mana lapan daripada sepuluh filem yang ditonton adalah filem dari luar. Sebagai contoh filem Iran, Sepanyol dan yang utama Inggeris dan Jepun.

(Responden 20 -Hanafi)

Antara faktor penyebab perkara ini adalah kerana penonton meminati artis yang berlakon dalam filem Hollywood, Bollywood, Korea Selatan. Ini menunjukkan kemasukan filem dari luar yang ditayangkan di negara ini berjaya mewujudkan kelompok peminat yang meminati mereka dan seterusnya akan mengikuti segala perkembangan terkini artis berkenaan, termasuk filem terbaharu lakonan mereka. Ini boleh dilihat hasil daripada perbincangan kumpulan fokus yang dilakukan.

Pelakon diminati aktor, Johnny Depp kerana mampu membawa pelbagai watak, kelakar, serius dan amat memilih watak serta hanya muncul dalam satu filem setahun. Aktres Angelina Jolie, juga berbakat, cantik dan hanya memilih watak. Bollywood, Shah Rukh Khan – tampan, kelakar, dan mampu melakonkan pelbagai watak. Aktres Tabu dan Kajol. Tabu tidak cantik, tetapi memiliki bakat dan lakonannya sebagai wanita teraniaya dalam filem *Astiva* amat terserlah manakala Kajol adalah aktres serba boleh kerana mampu membawa watak sedih dan kelakar.

(Responden 22 -Nurul Adlina)

Meminati Kamal Hassan kerana boleh membawa pelbagai jenis watak dan Julia Robert kerana memiliki senyuman menawan hati dan mampu membawa pelbagai jenis watak.

(Responden 30 -Nur Zahidah)

Saya meminati Arjun Rampal kerana handsome dan watak yang dibawa menarik minat. Lee Dong Guan, Lee Jun Ki dan Kwan Sang Woo disebabkan handsome dan cute. Mereka daripada segi watak lakonan yang dijayakan amat berkesan dan menyayat hati, bersungguh-sungguh, seolah-olah cerita yang dilakonkan itu adalah watak mereka sendiri. Tidak ketinggalan lakonan Angelina Jolie yang menarik.

(Responden 10 - Mariam Abbas)

Artis yang diminati ialah Hrithik Roshan, Woo Ben, Jacky Chan, Farid Kamil dan Saiful Apek. Artis-artis itu diminati kerana gaya lakonan yang menarik. Lebih memahami dan menghayati watak serta lakonan dapat memuaskan hati penonton.

(Responden 3 - Nurfarizan)

Walaupun pelbagai filem asing masuk ke negara ini, filem terbitan Hollywood menjadi pilihan utama masyarakat Malaysia daripada semua kaum. Responden yang ditemu bual menyatakan mereka menonton filem Hollywood antara empat hingga lima kali sebulan. Tinjauan yang dilakukan terhadap filem terlaris Malaysia oleh Box office mojo

mendapati bahawa daripada tahun 2008 hingga 2012, filem Hollywood dan Hong Kong mendominasi pasaran filem tempatan. Pada tahun 2010, filem terlaris di negara ini dikuasai filem terbitan Hollywood manakala filem tempatan gagal menduduki 20 tangga teratas carta filem terlaris. Pada tahun 2011 pula dilihat sebagai tahun yang membanggakan penerbit filem tempatan apabila *KL Gangster* menduduki tangga kesembilan carta 20 filem terlaris apabila mencatatkan kutipan sebanyak USD4,321,809 mengatasi beberapa filem terbitan Hollywood seperti *Thor*, *The Green Hornet*, *X-Men: First Class* dan *Captain America: The First Avenger*. Pencapaian *KL Gangster* ini lebih baik berbanding *Duyung* (tangga ke 15) dan *Geng Pengembaraan Bermula* (tangga ke-16). Namun penguasaan filem Hollywood terhadap industri filem tempatan tetap tidak berkurangan. Ini menunjukkan bahawa kedudukan filem tempatan di negara ini tergugat dengan kehadiran filem asing. Menurut Razak Mohaideen,

...apabila filem Hollywood memasuki pawagam maka secara sedar, secara langsung atau tidak langsung ia menggugat kutipan pawagam kerana pemilik pawagam bukan sahaja memberi keutamaan kepada filem-filem Barat tetapi juga, mereka juga inginkan keuntungan yang lebih. Akibat daripada itu, mereka menayangkan filem Melayu di pawagam yang kecil. Kadang-kadang dikurangkan tayangan filem-filem Melayu dan memberi keutamaan kepada filem-filem Barat.

Oleh sebab itu, pemain industri berharap kerajaan menyediakan satu mekanisme kawalan terhadap kemasukan filem asing seperti sistem kuota. Mereka mencadangkan agar nisbah 70 peratus filem tempatan dan 30 peratus filem import dilaksanakan seperti yang diamalkan kebanyakan negara Asia seperti Korea Selatan dan Thailand ([www.sinemamalaysia.com.my](http://www.sinemamalaysia.com.my)).



### 6.2.1.7 Pemasaran Filem Tempatan Ke Luar Negara

Bagi mendapatkan pulangan daripada pelaburan dilakukan, sebahagian penerbit tempatan mengambil risiko menjual filem ke luar negara. Antaranya filem *Jangan Pandang Belakang* terbitan MIG milik David Teoh yang berjaya dijual ke Singapura, Filipina dan Brunei menerusi filem manakala filem arahan Prof Madya Abdul Razak Mohaideen seperti *Duyung* dijual ke Singapura, Brunei, Vietnam dan Thailand.

KRU Studio pula mencatat kejayaan apabila berjaya menjual filem *Merong Mahawangsa* ke 72 buah negara menerusi strategi pemasaran yang berkesan, iaitu dengan menggunakan strategi 'pre-sale'. Kaedah yang dipelopori Dino Laurentiis berjaya memecahkan monopoli syarikat perfileman Hollywood dengan menjual skrip yang sudah siap kepada rangkaian pengedaran filem antarabangsa. Pengedar filem akan melabur dalam pembikinan filem terbabit dan apabila sudah siap ia akan ditayangkan oleh pengedar di mana-mana negara yang memiliki cawangan pengedarannya.

Beberapa pemain industri filem yang ditemu bual percaya bahawa filem tempatan mempunyai pasaran di luar Malaysia.

Filem kita yang dieksport ke luar negara kebiasaannya ke negara China, Eropah, dan beberapa negara lain lagi. Jenis ceritanya yang berbentuk horror. Negara yang menjadi pengimport utama filem Malaysia ialah Brunei dan Singapura. Bentuk cerita yang diminta oleh negara luar terhadap filem Malaysia ialah seram dan filem aksi. Contohnya, filem tempatan yang popular di luar negara ialah filem *Mualaf* yang popular di Hong Kong.

Jangan bimbang, kadangkala ada juga filem luar ingin juga menonton budaya negara kita. Sebagai contohnya, filem *Baik Punya Cilok*.

(Gayatri)

Eksport ni juga salah satu daripada benda yang perlu difahami tentang *marketing distribution* dan beberapa perkara lain juga salah satu perkara yang mengambil paling banyak duit. Tidak ada orang yang boleh menyatakan filem kita ini tidak ada penonton di luar. Memang ada. Saya bawa filem *Duyung* di tayang di England, Filipina, saya buat filem *Cinta Kolestrol* versi Thailand, tayang di Thailand, memang boleh.”

(Razak Mohaideen)

GB ada juga menjual filem dan drama terbitannya ke Singapura, Indonesia dan Brunei. Syarikat televisyen di sana tertarik kerana jalan cerita yang menarik minat mereka.

(Ahmad Puad Onah)

Bagaimanapun, filem tempatan masih belum menjadi komoditi eksport negara kerana memerlukan kos yang tinggi. Ini diakui oleh penerbit yang ditemu bual. Malah, masih belum ada dasar khusus untuk mengeksport filem tempatan ke luar negara.

Tidak ada negara yang menjadi pengimport utama kandungan Malaysia secara berkala. Ia tidak tetap. Sebab kita menjual produk ke luar negara melalui pasaran di luar negara seperti MIP TV di Hong Kong. Mereka membawa produk ini untuk memperkenalkan produk filem kita di Hong Kong. Kita memang pergi ke pasaran di luar negara di mana tempat berkumpul semua produk.

(Benjamin Hasbie)

Dengan kos pembikinan sesebuah filem hanya RM1 juta, pengusaha tempatan tidak mungkin menghabiskan sebanyak RM2 juta atau RM3 juta semata-mata untuk memasarkannya di luar negara, iaitu satu jumlah yang jauh lebih besar jika mahu dibandingkan dengan kos pembikinannya. Hakikatnya, industri filem kita sangat kekurangan kos untuk mengeksport filem tempatan ke luar negara.

...Macam filem saya ni hanya boleh ditayangkan di dua hingga tiga pawagam sahaja yang boleh tayang. Kalau sekadar nak tayang untuk promosi filem, maka tayang kat promosi filem sajalah. Lepas itu kalau kita nak tengok di pawagam macam di pawagam-pawagam di Malaysia, susah nak berlaku di luar sebab kita kena belanja duit. Kalau kita tak belanja duit, takkan kita mencapai eksport luar negara.

(Razak Mohaideen)

Usaha pemasaran ke luar negara banyak dilakukan dengan menyertai festival filem antarabangsa seperti Cannes, Berlin dan Hong Kong. Inilah strategi yang digunakan oleh Grand Brilliance Sdn Bhd. terhadap filemnya seperti *Mukhsin* yang memenangi anugerah dengan menyertai Festival Filem Berlin. Selain itu, syarikat ini menjalankan pemasaran sendiri dengan menggunakan ejen dunia dengan strategi “the train”, iaitu sebuah filem ‘block buster’ dan diikuti dengan 10 filem grad B. Dengan kaedah ini, Grand Brilliance “menumpangkan” filemnya, *Mukhsin* pada ejen pemasaran di Kanada yang mengkhusus dalam bidang filem kanak-kanak dengan bayaran komisen sebanyak 30 peratus. Grand Brilliance hanya perlu menyediakan poster dan pamflet filem berkenaan. Dengan cara ini juga Grand Brilliance berjaya mencatatkan kutipan pecah

pawagam melebihi RM15 juta hasil tayangan filemnya di Singapura pada tahun 2012 seperti *Istanbul Aku Datang* (RM3.6juta), *Bohsia 2 – Jalan Kembali*(RM5 juta), dan *Ah Boys To Men* (RM5 juta). Menurut Ahmad Puad Onah,

GB memang bercita-cita memasarkan filem Malaysia ke peringkat antarabangsa tetapi realitinya berbeza dengan kos yang tinggi dan monopoli pasaran pihak antarabangsa.

Untuk memastikan filem tempatan berjaya dipasarkan secara konsisten di luar negara produser filem tempatan yang ditemu bual secara mendalam memohon bantuan kerajaan untuk menyediakan dana bagi mempromosikan filem tempatan di luar negara. Ini kerana kos yang tinggi perlu ditanggung mereka. Selain kos penerbitan, mereka juga terpaksa menanggung kos mencetak negatif filem bagi setiap filem yang hendak ditayangkan di pawagam luar negara.

Untuk mengeksport filem tempatan ke luar negara, pengusaha filem memerlukan belanja yang sangat besar. Namun ada filem-filem tempatan kita telah berjaya melepasi tembok ke Singapura, Indonesia, Thailand, Brunei, Vietnam dan sebagainya. Sebagai contoh filem *Duyung*, saya menghasilkan RM1.8 juta untuk kos pembikinan. Filem ini dipasarkan di negara Vietnam, iaitu di seluruh pawagam yang terdapat di sana. Dengan kos pembikinan sesebuah filem hanya RM1 juta, pengusaha tempatan tidak mungkin menghabiskan sebanyak RM2 juta atau RM3 juta semata-mata untuk memasarkannya di luar negara, iaitu satu jumlah yang jauh lebih besar jika mahu dibandingkan dengan

kos pembikinannya. Hakikatnya, industri filem kita sangat kekurangan kos untuk mengeksport filem tempatan ke luar negara.

(Razak Mohaideen)

Mereka turut memerlukan sokongan agensi kerajaan yang memiliki jaringan perniagaan di seluruh dunia, seperti MATRADE dan syarikat berkaitan kerajaan (GLC) bagi membantu penerbit filem tempatan memasarkan produk mereka secara global.

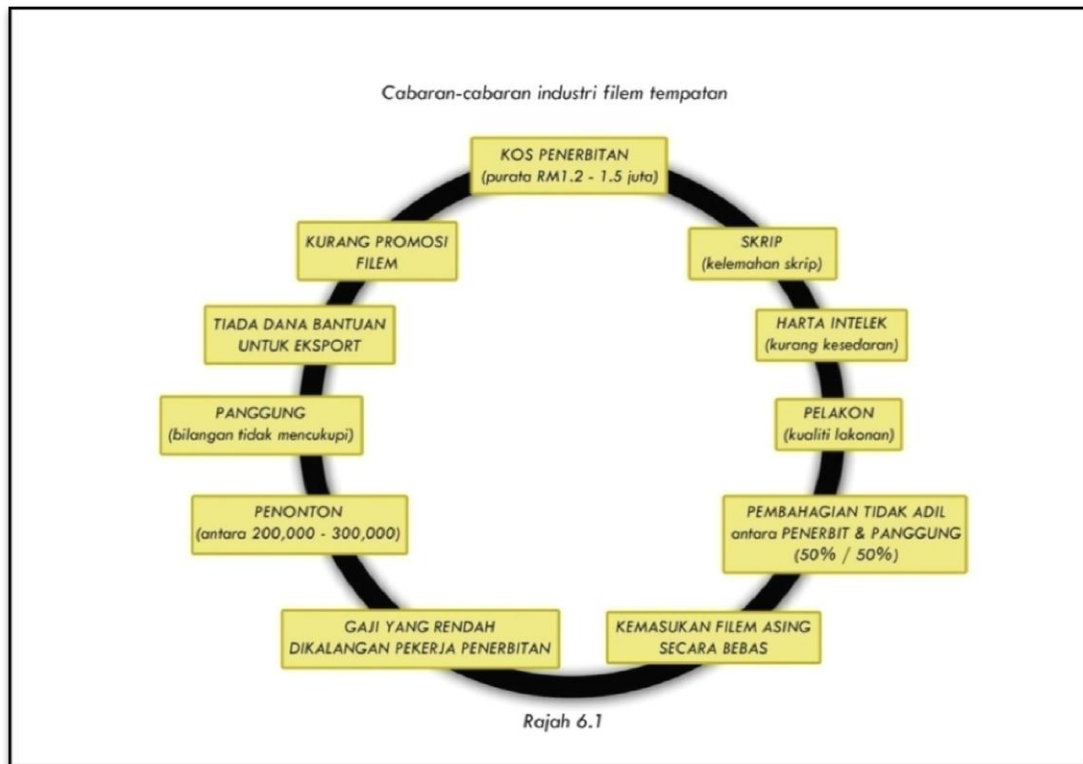
Begitu juga dengan masalah pemasaran untuk eksport, kerana banyak lagi agensi kerajaan seperti MATRADE tidak memasukkan industri kreatif dalam senarai katalog pemasaran mereka.

(Kamil Othman)

Pemasaran merupakan aspek yang kurang diberikan tumpuan oleh penerbit tempatan umumnya. Hanya beberapa penerbit seperti GB, MIG dan Tayangan Unggul yang selalunya menggunakan pelbagai kaedah pemasaran termasuk mempromosikan trailer filem yang bakal ditayangkan atau sedang dalam pembikinan menerusi saluran media sosial seperti YouTube dan saluran media tradisional seperti akhbar, televisyen dan radio.

*Jangan Pandang Belakang* berjaya dieksport ke luar negara seperti Singapura kerana penerbit filem berkenaan, David Teoh sudah melakukan penyelidikan pasaran dan memahami cita rasa penonton di republik berkenaan.

(Kamil Othman)



**Rajah 6.1:** Cabaran – cabaran industri filem tempatan

Berdasarkan dapatan kajian, industri filem tempatan berhadapan 11 cabaran yang menggugat perkembangannya untuk menjadi industri berdaya saing dan berdaya maju, seperti yang ditunjukkan rajah 6.1.

### 6.2.2 Polisi dalam Industri Filem Tempatan

Hasil temu bual mendapati bahawa kerajaan banyak membantu industri filem negara melalui FINAS dan Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan dengan adanya beberapa dasar, peruntukan dana atau bantuan serta kemudahan infrastruktur. Ini boleh dilihat daripada jawapan temu bual seperti yang berikut:

Dasar Filem Negara merupakan tiang yang memungkinkan industri filem. Dalam dasar filem negara ini ada 6 strategi yang berkaitan dengan penerbitan filem, infrastruktur, pemasaran dan promosi dan insentif

permodalan yang boleh diberikan kepada penggiat industri. Strategi berkaitan dengan penerbitan filem, pemasaran promosi, berkaitan dengan insentif yang boleh diberikan kepada penggiat-penggiat industri. Melalui program itu, ia akan menjadi *guideline* kepada penggiat industri dan juga FINAS sebagai badan yang memantau industri ini. Contohnya, infrastruktur, kita membina kompleks, studio *sound stage* yang baru dibina bertaraf Dolby tau. Kalau nak dapat *certified* taraf Dolby tu kita kena dapat dekat luar setiap pawagam dalam dua minggu. Ini adalah inisiatif FINAS sendiri. Disebabkan ada syarat wajib tayang ni, mereka wajib tayang filem Malaysia walaupun filem Hollywood lebih mendapat sambutan berbanding filem Malaysia.

(Benjamin Hasbie)

Dasar ini bertujuan untuk menyelaraskan kualiti filem tempatan. Antara matlamatnya adalah meningkatkan kualiti pengeluaran filem di tanah air. Keduanya, adalah untuk memastikan penerbitan filem Malaysia dapat dilaksanakan dengan sempurna. Maka, FINAS menjadi agensi untuk memajukan industri filem. Ia bekerjasama dengan Persatuan Penerbit-Penerbit Filem Malaysia untuk mengeluarkan filem. Melalui dasar itu, kayu pengukur yang digunakan adalah melalui Festival Filem Malaysia yang diadakan pada setiap tahun dan tahun ini merupakan tahun yang ke-23. Ia adalah untuk menjadi landasan bagi menilai kualiti filem, kualiti lakonan, dan belakang tabir sesebuah filem.

Dari segi akta sedia ada banyak membantu penerbit filem tempatan, misalnya, tenaga kerja 70 peratus adalah dari Malaysia. Boleh meminjam daripada SME Bank, dengan syarat 30 peratus modal sudah dimiliki syarikat penerbitan berkenaan. Skim Wajib Tayang, 14 hari filem Melayu perlu ditayangkan di panggung, tax rebat dipulangkan kepada penerbit, latihan disediakan Akademi Filem yang dikendalikan oleh Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan.

(Ahmad Puad Onah)

Alhamdulillah, setakat ini kami mendapat kerjasama yang baik daripada Kementerian Penerangan, Komunikasi dan kebudayaan dan FINAS. Walaupun pandangan peribadi saya mengatakan bahawa seni masih lagi dianaktirikan, sebenarnya lebih dianggap anak haram tetapi kementerian dan FINAS banyak memberi bantuan terutama daripada segi teknologi, dana pembangunan seni dan nasihat menerbitkan sesuatu filem atau drama.

(DIN CJ)

Dasar Filem Negara (DFN) yang digubal dan diluluskan kerajaan pada Mei 1997, dan dikaji semula pada 2005 banyak membantu karyawan tempatan menerbitkan filem dan menjadikan industri filem tempatan berdaya saing dan berdaya maju. DFN yang memiliki dua matlamat utama bagi membantu membangunkan industri perfileman negara agar lebih berdaya maju dan dapat bersaing hingga ke peringkat antarabangsa serta menjadikan Malaysia sebagai pusat destinasi perfileman serantau.



Pelaksanaan DFN memberikan impak positif. Antaranya berlakunya peningkatan bilangan filem cereka tempatan, iaitu daripada 16 judul filem pada 2003 kepada 42 judul pada 2011. Bagi tahun 2012, sebanyak 73 filem cereka tempatan ditayangkan di pawagam. Sektor tayangan (prasarana) juga memperlihatkan pertambahan memberangsangkan, iaitu daripada 66 buah pawagam pada tahun 2005 meningkat kepada 119 buah pada 2012 ([www.finis.gov.my](http://www.finis.gov.my)). Selain itu, kemudahan penerbitan filem terutama pasca penerbitan turut dibangunkan bagi kemudahan penerbit filem tempatan

Malah, Syarat Wajib Tayang yang dikuatkuasakan pada Jun 2005 melalui Dasar Filem Negara (DFN) bagi memastikan industri filem tempatan mampu berkembang kerajaan walaupun dengan kemasukan filem import dilihat oleh pemain industri yang ditemu bual banyak membantu industri perfileman tempatan terutama membenarkan filem terbitan produser tempatan ditayangkan di pawagam. Melalui syarat ini mana-mana filem tempatan atau filem usaha sama boleh diterima atau dipertimbangkan untuk ditayangkan secara wajib di pawagam oleh pempamer.

Mengikut syarat wajib tayang, filem Melayu bagi 1 filem adalah, sebuah filem bagi setiap 2 minggu. Jika ditolak dengan bulan puasa, hanya 26 buah filem sahaja hari raya. Cuti sekolah hujung tahun 1 filem akan dikeluarkan setiap minggu. Jadi secara umumnya, terdapat antara 26 hingga 28 filem yang dapat ditayangkan bagi setahun. Jadi penerbitan telah meningkat sebanyak 50. Mulai tahun ini, sehingga bulan Jun semua tarikh bagi setiap 2 minggu telah penuh. Mulai bulan Julai 2010, FINAS telah memutuskan bahawa 1 filem bagi setiap 1 minggu. Ini menunjukkan adanya peningkatan dalam industri perfileman di Malaysia.

(Ahmad Puad Onah)

Syarat Wajib Tayang ini membolehkan industri perfileman tempatan berkembang dengan pesat. Bilangan filem yang dihasilkan pada tahun 2011 dan 2012 menunjukkan peningkatan. Tahun 2011 sebanyak 42 judul filem diterbitkan dengan kutipan kasar sebanyak RM601.90 juta manakala tahun 2012 sebanyak 77 filem sudah ditayangkan di pawagam untuk tontonan peminat filem tempatan. Dari segi kutipan, tahun 2011 mencatatkan kutipan lebih baik dengan jumlah kutipan filem terlaris adalah sebanyak RM11.76 juta bagi *KL Gangster* dan diikuti *Ombak Rindu* RM10.86 juta sebagai filem terlaris ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)).

Bagi tahun 2012, kutipan tertinggi yang dicatatkan sehingga Jun 2012, diperoleh menerusi *Adnan Sempit 2* sebanyak RM6.28 juta, diikuti dengan *Bohsia 2 Jalan Kembali* (RM5 juta), *Bujang Terlajak* (RM2.6 juta), dan *Jangan Pandang-Pandang* (RM2.51 juta). Namun terdapat juga filem yang mencatatkan kutipan kurang memberangsangkan misalnya, filem arahan Pierre Andre, *Chantek* yang hanya berjaya mengutip RM100,000 berbanding kos penerbitannya sebanyak RM1.4 juta.

Selain itu, berlaku pertambahan dalam jumlah filem yang dihasilkan setahun. Sambutan hangat yang diterima daripada peminat filem tempatan menyebabkan lebih banyak syarikat menerbitkan filem sehingga mendorong kerajaan menerusi FINAS menukar skim Syarat Wajib Tayang yang dengan menayangkan dua judul filem Melayu serentak di pawagam dalam masa seminggu sejak 24 Mei 2012. Menurut bekas Ketua Pengarah FINAS, Mohd Naguib Abd Razak, pelaksanaan syarat baharu Skim Wajib Tayang tidak dapat dielakkan memandangkan jumlah filem tempatan yang semakin meningkat.

Ini turut dipersetujui oleh penerbit Skop Productions, Datuk Yusof Haslam. Baginya, jika industri perfileman tempatan masih lagi mengekalkan Syarat Wajib Tayang yang lama, filem tempatan akan mengambil masa antara lapan hingga 12 bulan untuk ditayangkan di pawagam. Dengan syarat ini, sebanyak lapan filem tempatan akan

dapat ditayangkan dalam tempoh sebulan dan 96 filem tempatan ditayangkan untuk tempoh setahun. Namun, lambakan filem tempatan ini menjadi isu serta mendapat maklum balas yang pelbagai dalam kalangan penggiat industri perfileman tempatan. Bagi Ahmad Idham,

Sehingga tahun 2011, status filem di negara kita memang berada pada tahap yang tinggi dan baik dari segi kutipan pada setiap tahun. Namun pada pertengahan tahun 2012, ia mencatatkan sedikit penurunan dan kita masih mengkaji faktor penurunan tersebut. Faktor utama yang saya nampak adalah lambakan filem yang berlaku hari ini. Hal ini juga berkaitan dengan dasar kerajaan dalam industri perfileman yang sangat lambat jika dibandingkan dengan tahap penghasilan filem hari ini. Pembikin filem sebenarnya tidak ada pasaran yang boleh membawa filem kita ke peringkat antarabangsa.

Perubahan dasar Skim Wajib Tayang itu juga mengundang resah banyak pihak. Presiden Persatuan Pengeluar Filem Malaysia (PFM), Datuk Paduka Suhaimi Baba, menyatakan kebimbangan ahli PFM yang terpaksa bersaing sesama sendiri untuk mendapatkan penonton. Pandangan ini turut diluahkan oleh Penerbit Lineclear Motion Pictures Sdn Bhd, A Latiff Mohaideen yang menyifatkan persaingan sesama sendiri filem tempatan akan memberikan keuntungan kepada penerbit gergasi filem tempatan dan memberikan kesan kepada penerbit filem baharu dan kecil. Menurutnya, industri filem tempatan perlu mengambil iktibar terhadap apa-apa yang berlaku pada industri filem Thailand yang pernah menayangkan empat filem dalam tempoh sebulan. Pelaksanaan dasar itu menyebabkan kemerosotan jumlah kutipan filem tempatan yang seterusnya membawa kerugian kepada penerbit.

Ini juga boleh dilihat di negara ini apabila hanya beberapa filem sahaja yang mendapat sambutan penonton. Jika dibandingkan dengan tahun 2011, dalam tempoh enam bulan pertama (Januari hingga Jun 2011), 12 buah filem daripada 21 buah filem yang ditayangkan mencatatkan kutipan purata antara RM1 juta hingga RM11 juta berbanding hanya 17 buah filem yang memperoleh kutipan lebih RM1 juta daripada 35 filem yang ditayangkan pada tahun 2012. Dengan penerbitan 77 judul filem, secara keseluruhan perolehan pendapatan hasil kutipan tiket filem tempatan mencatatkan penurunan pada tahun 2012 walaupun strategi menerbitkan filem dalam bahasa Melayu, Tamil, Mandarin, dan Inggeris dilakukan.

Malah pada tahun tersebut juga, agak sukar sesebuah filem tempatan memperoleh pendapatan sebanyak RM1 juta. Jumlah kutipan kasar yang diperoleh hanya sebanyak RM126.4 juta daripada 49 filem. Menurut carta tayangan Filem Cereka tempatan yang dikeluarkan FINAS ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)), filem yang mencatatkan kutipan tertinggi ialah *Ah Beng The Movie: Three Wishes* (filem ini tidak ditayangkan menerusi SWT) dengan kutipan kasar RM7.5 juta diikuti *Adnan Sempit 2* (RM6.28 juta), *Bohsia 2: Jalan Kembali* (RM4.98 juta), *Mael Lambong* (RM4.88 juta), *The Wedding Diary* (tidak ditayangkan menerusi SWT dan mengutip RM3.78 juta), *Istanbul Aku Datang* (RM3.5 juta), *Hantu Gangster* (RM3.45 juta), *Hantu Kapcai* (RM3.19 juta), *Aku Terima Nikahnya* (RM2.75 juta), dan *Bujang Terlajak* (RM2.6 juta). Kutipan terendah pula dicatatkan daripada filem *Vajram* (RM9,000), *Leftwings* (RM20,000), *Cinta Beruang* (RM50,000), *Zaiton Ceritaku* (RM59,000), *Adutha Khatam* (RM60,000), *Air Mata Ibu* (RM70,000), *Chantek* (RM100,000), *Momok Jangan Cari Pasa* (RM130,000), *Sofazr The Movie: Jiwa Kacau* (RM150,000), dan *Aku, Kau dan Dia* (RM160,000).

Penayangan dua buah filem tempatan seminggu menerusi Skim Wajib Tayang dikatakan antara punca kejatuhan kutipan berkenaan. Namun jika dilihat dari segi

kutipan untuk tahun 2012, masih ada filem yang memperoleh kutipan melebihi RM7 juta. Ini menunjukkan penerbit perlu mengetahui khalayak yang menjadi sasaran filem terbitannya. Selain itu, FINAS cuba memperbanyak penghasilan filem tempatan berdasarkan kepelbagaian kaum di negara ini. Walaupun kutipan tertinggi adalah daripada filem Mandarin, ini masih lagi tidak dapat menyaingi kutipan filem Hong Kong dan Tamil yang diimport kerana jumlah penonton yang menonton filem import jauh lebih ramai berbanding menonton filem tempatan.

Menurut Yusof Haslam, pelbagai cara boleh digunakan bagi mengurangkan keresahan penerbit. Antaranya, FINAS boleh mensyaratkan agar filem yang ditayangkan serentak itu berbeza dari segi genre dan pelakonnya. Pandangan yang sama turut dikongsi Ketua Eksekutif MIG, David Teoh. Malah beliau menyanggah pendapat bahawa Skim Wajib Tayang yang baharu akan menyebabkan pengurangan kutipan tiket kepada penerbit sebaliknya kutipan tiket bergantung kepada jumlah cetakan filem yang dibuat penerbit untuk ditayangkan di pawagam. Misalnya, untuk Filem *Adnan Sempit*, beliau menyediakan 99 cetakan filem untuk ditayangkan di pawagam dan berjaya mencatatkan kutipan tiket sebanyak RM7.6 juta pada 2010.

Selain Skim Wajib Tayang, FINAS juga melaksanakan program Rebat Duti Hiburan (RDH) dan insentif Tayangan Filem Cereka (ITFC) bagi membantu produser tempatan untuk terus berkarya. Filem tempatan yang diterbitkan selepas tahun 2010 dan meraih kutipan tiket sehingga RM6 juta layak mendapat ITFC. Rebat dan insentif ini telah diberikan kepada 38 filem yang telah sempurna tayangannya pada 2010 dan 2011. Antara produksi yang menerima rebat duti hiburan ialah Tayangan Unggul Sdn Bhd, Astro Shaw Sdn Bhd, Primeworks Studios Sdn Bhd, Skop Productions Sdn Bhd, KRU Studios Sdn Bhd, SDAF Pictures Sdn Bhd, Lineclear Motion Pictures Sdn Bhd, Woohoo Pictures Sdn Bhd, dan White Merpati Entertainment Sdn Bhd. Skop Productions Sdn Bhd yang menghasilkan filem *Khurafat* dan *KL Gangster* menerima

rebat duti tertinggi berjumlah, iaitu melebihi RM2.7 juta, diikuti oleh Primeworks Studios Sdn Bhd yang menerima RM1.48 juta bagi 11 filem yang dihasilkannya manakala Woohoo Pictures Sdn Bhd yang menghasilkan filem *Great Day* menerima RM1.26 juta.

Insentif paling tinggi berjumlah RM1.2 juta diterima Metrowealth Pictures Sdn Bhd diikuti Excellent Pictures Sdn Bhd menerima RM500,000 dan out LOUD Studios Sdn Bhd menerima RM401,662.

Selain itu, kerajaan juga menyediakan Skim Pinjaman Cereka (SPFC) yang berjumlah RM50 juta kepada penerbit. Malah, Studio Mix Stage FINAS di Hulu Klang yang berkos RM53 juta dibangunkan bagi membantu penerbit tempatan menghasilkan penerbitan yang berkualiti. Studio Digital Mix Stage yang dilengkapi studio empat tingkat berkeluasan 2,396 meter persegi, telah ditauliahkan oleh sistem Dolby, turut menyediakan kemudahan pengalihan audio, foleh dan kamera bunyi optikal yang pertama di Malaysia. Penerbit tidak perlu lagi membawa filem terbitan mereka ke Hong Kong atau Thailand untuk proses pasca produksi, malah ini akan menarik pihak penerbit luar untuk memanfaatkan kemudahan ini. Untuk meningkatkan kualiti filem tempatan, terutama penggunaan Imej Janaan Komputer (CGI), FINAS turut menubuhkan Dana CGI berjumlah RM8 juta. Sebanyak RM5 juta daripadanya sudah disalurkan kepada penerbit tempatan seperti Line Clear Production Sdn Bhd menerusi filem *Between Two Sky* dan *29 Februari* terbitan KRU Studio.

Bagi meningkatkan kualiti filem dan menarik lebih ramai pembikin filem antarabangsa memilih Malaysia sebagai lokasi perfileman dan menjadi hab perfileman selaras dengan DFN, Khazanah Nasional Bhd dan Pinewood Shepperton PLC (United Kingdom) menubuhkan syarikat usaha sama, Iskandar Malaysia Studios Sdn Bhd untuk membina studio perfileman yang dikenali sebagai Studio Pinewood Iskandar Malaysia dengan pelaburan sebanyak RM300 juta. Fasa pertama pembinaan studio berkenaan

adalah di kawasan seluas 32 hektar di Nusajaya, Johor. Apabila dilaksanakan nanti, studio itu bakal muncul antara studio perfileman terbesar di dunia dan meletakkan nama Johor pada peta perfileman antarabangsa.

Studio ini bakal dilengkapi lima pentas filem masing-masing berkeluasan antara 15,000 hingga 30,000 kaki persegi, dua studio televisyen dengan setiap satunya berkeluasan 12,000 kaki persegi, 36 bilik persalinan, enam bilik solek, ruang pejabat, bengkel, kemudahan pasca produksi serta sambungan jalur lebar berkelajuan 1Gbps. Fasa pertama projek studio yang dimulakan pembinaannya pada Oktober 2010 dan siap pada Mei tahun 2013 itu dianggarkan mampu menjana keuntungan ekonomi sebanyak RM1 bilion kepada Malaysia dalam tempoh lapan tahun, serta mewujudkan 10,000 peluang pekerjaan.

Walaupun DFN berjaya pada tahap tertentu untuk menyemarakkan industri filem tempatan, beberapa kelemahan ketara perlu diperbaiki bagi membantu dalam melonjakkan industri filem tempatan sebagai satu industri yang berdaya maju dan berdaya saing.

#### **6.2.2.1 Pertindihan Bidang Tugas**

Temu bual yang dilakukan mendapati bahawa antara masalah yang membelit industri filem tempatan ialah ketiadaan penyelarasan dan dasar yang jelas. Bagi Kamil Othman,

Ketiadaan polisi jelas disebabkan tiada kementerian khusus yang benar-benar bertanggungjawab terhadap industri kreatif (industri budaya) tempatan. Tiada koordinasi menyebabkan semua kementerian bertindak sendiri-sendiri, tanpa kerjasama dengan kementerian atau agensi lain. Masing-masing kementerian nampak seolah-olah bersaing sesama sendiri untuk menjayakan program kementerian masing-masing. Sepatutnya,

setiap kementerian mempunyai bidang tugas khusus agar dapat mengelakkan pertindihan tugas dan tidak membazirkan wang, masa dan tenaga.”

... menyarankan penubuhan Suruhanjaya Kandungan yang dianggotai oleh KPKK, Kementerian Penerangan; Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi; Kementerian Pendidikan, Matrade, Lembaga Islam Malaysia; Dewan Bahasa dan Pustaka; Persatuan Sutradara Malaysia dan Persatuan Penulis Skrip dan Jabatan Imigresen untuk memajukan lagi industri ini. Penubuhan suruhanjaya ini akan dapat mengatasi pelbagai masalah yang menghambat pertumbuhan industri kreatif multimedia di negara ini untuk berkembang dan menjana pendapatan kepada negara.

**Jadual 6.3:** Kementerian dan badan berkanun yang terbabit dalam perundangan dan penguatkuasaan kandungan

Kementerian & badan berkanun yang terbabit dalam perundangan & penguatkuasaan kandungan						
Kementerian	Dalam Negeri		Penerangan, Komunikasi & Kebudayaan			Pertanian & Industri Asas Tani
Jawatankuasa Pentadbiran	Lembaga Penapisan Filem (LPF)	JAKIM (Penasihat)	FINAS	Jabatan Komersil	SKMM	bagian kawalan racun mahluk perosak
Akses			lesen untuk pameran & edar filem		lesen untuk "wireless", ISP, TV & radio	
Kandungan	Tapisan semua promosi AV	Penasihat	lesen untuk penerbit filem		Penguatkuasaan	
Periklanan	Tapisan semua iklan		lesen untuk iklan TV	kelulusan iklan yang disiarkan oleh RTM		kelulusan semua racun mahluk perosak
	Kesihatan	Pendidikan	Kewangan		Perdagangan dalam Negeri & Koperasi	
	bagian kawalan kualiti makanan & farmaseutikal	bagian pendidikan swasta	bagian pentadbiran		Jabatan Harta Intelek & Pengguna	
					pemantauan cetak rampak	
	kelulusan semua iklan racun & ubat		Akta Perjudian 1953		pemantauan iklan palsu	

Sumber, FINAS



Malah, terdapat pertindihan kuasa antara agensi kerajaan seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 6.1 sehingga menyebabkan karenah birokrasi yang tinggi. Ini kerana untuk memberi kelulusan bagi sesebuah penerbitan filem terdapat pelbagai agensi kerajaan berkaitan. Walaupun lesen untuk melakukan penggambaran diluluskan FINAS, kelulusan tayangan di pawagam bergantung pada kelulusan Lembaga Penapisan Filem di bawah Kementerian Dalam Negeri.

Responden yang ditemu bual menyatakan aspek pemasaran tidak disentuh dalam DFN dan hanya menekankan aspek pembikinan filem semata-mata. Malah dilihat mengabaikan aspek lain yang penting bagi terus memberi rangsangan terhadap pertumbuhan industri filem tempatan. Menurut Razak Mohaideen,

Dana yang kerajaan bagi hanya untuk buat filem, filem dah siap...dia samalah macam bagi resipi, bagi bahan mentah, suruh masak, dah masak tak ada orang yang nak jual. Ha, itu masalah kita sebenarnya. Dasar Filem Negara hanya bercakap mengenai filem, kualiti, kandungan, dan sebagainya. Ia tidak menyentuh mengenai pengedaran, pemasaran filem. Sebabnya orang-orang yang buat dasar ini bukan orang yang berniaga. Jika nak dibandingkan filem Barat dan tempatan, dari setiap sudut kita kalah. Bukan sebab kita tak mampu nak buat filem yang baik. Kalau kita tanya nak buat filem *Titanic*, karyawan tempatan pun boleh buat, bukan nak berlagak lah tapi pembikin filem tempatan mampu buat. Tapi siapa yang mampu nak mengeluarkan USD300 juta, bersamaan RM1 billion? Jadi masalah sekarang ialah kewangan.

Menyedari hakikat kepentingan industri ini dan kelemahan yang ada dalam industri perfileman tempatan, Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan telah

mengadakan Persidangan Industri Kreatif pada 17 Mac 2009. Antara perkara disentuh dan dibincangkan adalah ketiadaan penyelarasan dan dasar yang jelas mengenai pembangunan industri kreatif di negara ini. Hasil resolusi persidangan berkenaan, satu dasar industri kreatif perlu diwujudkan bagi menjelaskan hala tuju dan pembangunan industri kreatif negara. Oleh itu, Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) digubal sebagai dasar induk dalam menetapkan prinsip asas pembangunan industri kreatif. Dasar ini akan menjurus dan memacu segala kegiatan kreatif secara lebih produktif dan ekonomik melalui sinergi sektor awam dan swasta. Komitmen daripada kepimpinan tertinggi negara terkandung dalam pembentangan Bajet 2010 yang menjadi asas kepada penggubalan DIKN.

Mengikut Bajet 2010, kerajaan menggubal DIKN yang komprehensif sebagai asas pembangunan industri kreatif negara di samping menyediakan DIKN berjumlah RM200 juta bagi membiayai aktiviti seperti pengeluaran filem dan drama, muzik, animasi, pengiklanan dan pembangunan kandungan tempatan. Dana berbentuk pinjaman dengan kadar faedah rendah ini akan dikendalikan Bank Simpanan Nasional dan dipermudah supaya boleh dimanfaatkan oleh industri. Tabung Kebajikan Penggiat Seni juga diwujudkan bagi memastikan kebajikan warga seni sentiasa terbela dan diberi perhatian. Oleh itu, sejumlah RM3 juta diperuntukkan sebagai geran pelancaran.

Bekas Ketua Pengarah FINAS, Mohd Naguib Razak yang ditemu bual menyatakan bahawa kerajaan turut melaksanakan transformasi bagi industri perfileman tempatan.

Kita bernasib baik sebab sejak dua tahun hampir dua tahun dah ya kita dah proses filem telah dikenal pasti sebagai salah satu peneraju utama yang mampu membawa industri kita kepada matlamat program transformasi ekonomi jadi dengan itu kita punya wawasan dan aspirasi

untuk menyusun semula filem industri kita ni dan, industri kreatif jauh lebih besar di mana kita ingin melihat cara-cara kita boleh menjayakan industri kita bukan sahaja atas dasar atau matlamat di mana kita ingin meningkatkan mutu atau sara hidup industri tapi untuk menaikkan ekonomi industri kita sendiri.

Bagi terus memajukan lagi industri kreatif tempatan, kerajaan sudah menyusun dua strategi utama seperti yang berikut:

i. *Economic Area Communication Content Infrastructure* (NKCCI).

Menerusi program transformasi ekonomi ini beberapa program diperkenalkan untuk menyusun semula dan membawa industri kreatif jauh ke hadapan. Antara, insentif produksi sebanyak 30 peratus diperkenalkan bagi memberi galakan kepada penerbit tempatan dan antarabangsa menjadikan Malaysia sebagai pusat penggambaran. Penerbit tempatan yang menerbitkan filem dengan kos melebihi RM2.5 juta layak dipertimbangkan untuk mendapat rebat 30 peratus berkenaan manakala penerbit antarabangsa boleh memohon rebat 30 peratus itu jika mereka menerbitkan filem dengan kos melebihi RM5 juta dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, termasuk menggunakan tenaga kerja tempatan.

ii. Penganjuran persidangan dan pameran Kuala Lumpur Communication and Creative Industry (KLCCI)

FINAS melihatnya sebagai platform untuk memasarkan produk kreatif negara. Beberapa program akan dilaksanakan seperti program bersama untuk bertukar fikiran dengan pembikin filem antarabangsa dan penganjuran program pasaran, persidangan, master class, festival, serta jaringan perniagaan antarabangsa. Beliau menjelaskan pada masa yang sama aktiviti penerbitan filem akan disusun

dan diperkemas sebagai satu entiti perniagaan yang serius. Penerbit filem tempatan yang Berjaya akan dicontohi model perniagaan mereka. Bekas Ketua Pengarah FINAS yang ditemu bual menyatakan syarikat penerbitan filem sekarang perlu melihatnya sebagai satu perniagaan dan bukannya hiburan semata-mata.

Pertama adalah kita meningkatkan dan menyusun aktiviti penerbitan kita ni secara business as a business sebagai perniagaan yang boleh kita tingkatkan tanpa menjejaskan lagi prestasi kita *how do we scale up the production and generate higher return without moving away from successful model. Its important also to focus on those who had succeeded those finding the right formula but those who have succeeded can then show the right model of success for those to follow suit. Therefore people who follow need to be supported and encouraged and be given greater degree of financial security and sustainable.*

(Mohd Naguib Razak)

Kerajaan juga berhasrat menjadikan filem sebagai bahan eksport ke luar negara dan menerokai pasaran antarabangsa terutama, di rantau ASEAN yang memiliki budaya yang hampir sama. Malah penduduk negara ASEAN yang berjumlah 600 juta orang dengan gabungan Keluaran Dalam Negara Kasar berjumlah USD2.5 trilion, menyediakan pasaran yang besar kepada filem negara. Kedekatan budaya boleh digunakan sebagai strategi pemasaran di rantau ini memandangkan negara-negara

seperti Indonesia, Singapura dan Brunei memiliki akar budaya yang hampir sama.

Dan yang keduanya macam mana kita boleh menguasai peluang-peluang yang ada di rantau di peringkat antarabangsa kalau kita ceritakan peluang antarabangsa tak semestinya bercerita tentang kita ingin menguasai Hollywood malahan banyak peluang yang ada di dalam rantau ini di negara-negara seperti Indonesia dan Singapura yang paling dekat sekali.

(Mohd Naguib Razak)

Malah, FINAS sedang berunding dengan pihak tertentu di Indonesia dan Singapura untuk memasarkan filem Malaysia di kedua-dua negara berkenaan, termasuklah mengenal pasti model yang sesuai untuk dilaksanakan bagi pengeksporan dan pengimportan filem. Jika rundingan itu berjaya, maka ia akan diperluas ke negara anggota ASEAN yang lain. Rancangan mengeksport filem tempatan ke negara yang mengamalkan budaya yang sama akan dapat mempercepat kemasukan filem tempatan ke negara terbabit jika konsep geo-budaya diambil kira. Ini kerana budaya serumpun akan dapat memudahkan proses pemahaman jalan cerita yang disampaikan kepada khalayak penonton.

*This is the way.* Kita kena ada bilangan tajuk yang ada seimbang dengan ini kita sedikit sebanyak boleh juga membantu satu semangat timbulkan semangat kerjasama yang positif di antara dua negara yang sebelum ini mungkin di lihat lebih ke arah cenderung lebih kompetitif. Tapi sekarang ni ada semangat dan niat hasrat untuk bekerjasama dan model itu kita harap kita dapat diperluaskan di seluruh rantau ASEAN juga pada waktu *in the future.*

(Mohd Naguib Razak)

Menerusi program transformasi, akses kepada bantuan kewangan bagi penerbit filem tempatan turut diperluas apabila kerajaan bercadang membenarkan syarikat modal teroka (*venture capital*) seperti MAVCAP dan MDV menyertai industri perfileman yang dilihat berpotensi untuk berdaya maju. Selain syarikat modal teroka, pihak bank (selain SME Bank dan Bank Simpanan Nasional yang terbabit menyalurkan dana kreatif) turut sama diminta menyertai industri kreatif. Responden yang ditemu bual menyatakan penyertaan syarikat modal teroka akan dapat menambahkan capaian modal yang ada dalam pasaran. Mala berdasarkan potensi yang ada dalam industri perfileman, pulangan modal akan lebih cepat berbanding industri teknologi maklumat dan komunikasi (ICT).

*Therefore with the exposition that they are actually now good business fundamental within the industry we hope the financial sector will start to taking more seriously start with the venture capitalist maybe like MAVCAP, MDV or maybe... venture, but we hope further down the line to be able to the entice the banking sector to be more open to funding and investing into creative ventures in the creative industry also.*

(Mohd Naguib Razak)

Kementerian Kewangan Malaysia menubuhkan My Creative Venture Sdn Bhd dengan dana sebanyak RM200 juta untuk memberi suntikan modal kepada syarikat kreatif tempatan. Ini akan dapat merangsang lebih banyak pertumbuhan syarikat penerbitan baharu yang bakal menyertai industri kreatif. Sebelum ini, syarikat modal teroka banyak melabur dalam industri teknologi maklumat dan komunikasi, tetapi pulangan keuntungan daripada pelaburan yang dilaksanakan mengambil masa yang panjang. Jika

syarikat berkenaan melabur dalam industri perfileman tempatan, pulangan keuntungan adalah lebih cepat berdasarkan jualan tiket yang dilakukan.

Gagasan “1 Malaysia: Rakyat Didahulukan, Pencapaian Diutamakan” juga boleh dijadikan asas untuk melonjakkan industri filem tempatan ke tahap yang lebih tinggi. Ini kerana bilangan filem tempatan yang diterbitkan masih belum dapat menyaingi filem import. Sasaran 100 filem setahun untuk diterbitkan seperti yang dicadangkan Persatuan Pengeluar Filem Malaysia (PFM) adalah wajar kerana jumlah filem yang diimport jauh lebih banyak berbanding filem tempatan. Selain itu, konsep 1 Malaysia mungkin dapat memenuhi aspirasi pembikin filem generasi kelima.

Menurut pensyarah UiTM, Dr Mahadi J. Murat, pembikin filem generasi kelima di negara ini amat berbeza dengan pembikin generasi pertama yang hadir antara tahun 1955 hingga 1962, pembikin generasi kedua (1963-1970), generasi ketiga (1980-1990), dan generasi keempat (1991-2001). Golongan ini lebih terdedah pada teknologi digital dan mendapat pendidikan formal daripada sekolah perfileman tempatan dan antarabangsa. Mereka lebih gemar menerbitkan filem yang menggambarkan situasi sebenar masyarakat Malaysia yang berbilang bangsa berdasarkan suara nurani dan penzahiran sesuatu isu yang merentasi halangan agama, budaya dan sejarah. Mereka mahu identiti tersendiri berasaskan realiti kehidupan seharian dalam masyarakat, berbeza dengan pembikin generasi terdahulu. Malah generasi dari bangsa India dan Cina kini turut sama berminat menghasilkan filem bagi menyampaikan pandangan mereka mengenai sesuatu isu.

Responden yang ditemu bual menyatakan konsep satu Malaysia boleh dijadikan asas kepada penerbitan filem menggunakan bahasa tiga kaum utama di negara ini. Pemain industri yang ditemu bual memberikan komen positif terhadap Konsep 1Malaysia yang diperkenalkan Perdana Menteri, Datuk Seri Najib Tun Razak.

Mungkin konsep satu Malaysia ini adalah satu penyelesaiannya. Apabila ada konsep satu Malaysia ini, kita harapkan konsep ini akan berjaya di mana masyarakat Malaysia tidak lagi menjadikan filem-filem yang menggunakan bahasa dari Hong Kong atau Bollywood untuk menonton. Melalui konsep ini mereka akan mula menunjukkan minat. Dan pembikin filem pun perlulah lebih berupaya untuk menghasilkan filem-filem yang menggunakan tiga bahasa ini.

(Razak Mohaideen)

Memang majoriti orang Melayu, tetapi sekarang ada konsep satu Malaysia. Kesamarataan dari segi filem, tidak hanya mahu tayang cerita yang bangsa Melayu sahaja. Kepada bahasa lain, Cina, India atau lain-lain juga boleh ditayangkan. Filem tempatan Cina *Woo Hoo* ditayangkan pada jangka masa ini. Kos sebanyak RM4 juta lebih. Ini membuktikan bahawa Malaysia juga ada buat filem bahasa lain. India juga ada buat filem cuma kebanyakan dalam bentuk DVD tetapi dalam bahasa Tamil juga.

(Benjamin Hasbie)

Walaupun konsep 1Malaysia itu boleh diaplikasikan dalam pembikinan filem, ada yang berpendapat ini sukar dilaksanakan kerana tontonan filem tempatan di negara ini adalah mengikut kaum.

Setakat ini ada percubaan tetapi kalau penonton masih tak nak tengok, kalau nak tengok kan filem-filem yang dihasilkan oleh Yasmin Ahmad, walaupun menggunakan bahasa cina dan bahasa Melayu masih tak laku



juga. Kebanyakan filem beliau tidak pernah kutip lebih 1 juta. Itu menunjukkan bahawa, walaupun ada percubaan tetapi apabila tiada sambutan, produser dan pengarah tidak mahu mengambil risiko, kerana duit yang dibelanjakan untuk pembikinan filem ni adalah antara RM1 juta hingga RM2 juta secara purata filem-filem Malaysia. Jadi apabila tidak laku, ia akan menyebabkan produser tutup kedai.

(Razak Mohaideen)

#### **6.2.2.2 Definisi Filem Tempatan Diubah**

Kepelbagaian kaum di negara ini boleh dimanfaatkan untuk penerbitan filem pelbagai bahasa bagi meningkatkan bilangan filem tempatan. Oleh itu, definisi “filem tempatan” diubah dan diberi definisi baharu apabila meliputi karya tempatan yang menggunakan bahasa selain bahasa Malaysia. Selain itu, karya tempatan kini diklasifikasikan sebagai "filem tempatan" jika sekurang-kurangnya separuh daripada sesuatu filem itu dihasilkan di Malaysia dan sekurang-kurangnya 51 peratus hak ciptanya dimiliki rakyat Malaysia.

Antara lainnya adalah menggalakkan penerbitan lebih banyak filem tidak kira dalam bahasa apa sekalipun. Dengan adanya *volume* yang tinggi, saya yakin satu hari nanti penerbit filem tempatan berada dalam kedudukan yang membolehkan mereka ‘memaksa’ pengusaha pawagam untuk memberi keutamaan bagi penayangan filem tempatan dan bukan mengehendak satu filem pada setiap dua minggu seperti hari ini.

(Razak Mohaideen)

Filem tempatan masih belum mencukupi. Oleh itu bagi saya tidak penting bahasa apa sekalipun asalkan filem itu diterbitkan oleh anak tempatan dan kerajaan haruslah memberi insentif yang sama sebagaimana yang diberikan sekarang kepada filem-filem Melayu.

...kerajaan harus membuka juga inisiatif ini kepada semua filem dan apa bahasa sekalipun asalkan diterbitkan anak tempatan, oleh itu kita akan menambah bilangan penonton ke pawagam untuk menonton filem Malaysia. Kita dapat bersaing secara sihat bersama-sama filem luar negara. Oleh isunya sekarang bukan untuk menarik orang bukan Melayu untuk menonton, jika ingin menarik orang bukan Melayu haruslah mengutamakan Bahasa Melayu dalam sistem pendidikan.

(Ahmad Puad Onah)

Malah, filem tempatan yang menggunakan bahasa selain bahasa Malaysia juga akan menikmati keistimewaan seperti yang diperuntukkan kepada filem Melayu, termasuk Syarat Wajib Tayang selama dua minggu di pawagam serta insentif cukai. Maka, bilangan filem terbitan tempatan yang menggunakan bahasa Inggeris, Mandarin, Kantonis dan Tamil bertambah pada tahun 2012. Daripada 77 filem tempatan yang diterbitkan pada tahun 2012, 20 daripadanya menggunakan bahasa Cina. Antaranya, *Air Mata Ibu* (Mandarin), *Ghost Buddies* (Mandarin), *You Believe in Ghost?* (Mandarin), *Fist of Dragon* dan *Karma Reborn* (Kantonis), *SeeFood* (bahasa Inggeris), dan *Vajram* (Tamil). Filem-filem ini turut diberi Sijil Wajib Tayang untuk ditayangkan. Namun langkah kerajaan mengubah definisi filem tempatan mendapat bantahan beberapa penggiat filem tempatan kerana mereka berpendapat langkah berkenaan bertentangan

dengan DFN yang menekankan kepentingan penerbitan filem yang mengetengahkan kebudayaan kebangsaan berteraskan kebudayaan Melayu, termasuk bahasa Melayu.

Galakan penerbitan filem tempatan dalam pelbagai bahasa dilihat karyawan filem tempatan sebagai bertentangan dengan Perlembagaan Persekutuan yang mengiktiraf bahasa Melayu sebagai bahasa rasmi negara. Jika pembikinan filem berkenaan digalakkan, filem Malaysia dikatakan akan kehilangan identiti tersendiri kerana tidak menunjukkan kepelbagaian budaya dan kaum negara ini. Filem seperti *Petaling Street Warriors* (2011) arahan James Lee Thim Heng dan Sampson Yuen, misalnya memaparkan Malaysia seolah-olah seperti Hong Kong yang majoriti rakyatnya adalah kaum Cina. Penggiat filem berpendapat filem yang diterbitkan menggunakan bahasa selain bahasa Melayu hanya perlu diiktiraf sebagai filem buatan Malaysia atau "filem tempatan" jika sekurang-kurangnya separuh daripada filem itu dihasilkan di Malaysia atau sekurang-kurangnya 51 peratus hak ciptanya dimiliki rakyat Malaysia. Mereka berpendapat keutamaan harus diberikan kepada filem yang menggunakan bahasa Melayu dan mengetengahkan kebudayaan kebangsaan selaras dengan DFN dan Perlembagaan.

### **6.2.2.3 Penerbitan Filem Patriotik**

Penerbitan filem di negara ini kebanyakannya berasaskan pertimbangan perniagaan, iaitu modal yang dilaburkan perlu dijana dalam bentuk keuntungan. Oleh itu, penghasilan filem yang berasaskan nilai komersil amat diutamakan. Amat sedikit penerbit filem tempatan yang sanggup dan berani menerbitkan filem berasaskan patriotik atau kenegaraan dan mengetengahkan budaya tempatan. Ini kerana genre ini kurang diminati penonton tempatan.

Hanya beberapa penerbit dan pengarah (seperti Datin Paduka Suhaimi Baba) yang berani menerbitkan filem sedemikian. Antaranya filem patriotik yang diterbitkan

setakat ini ialah 1957: *Hati Malaya*, *Tanda Putera*, *Paloh*, *Embun*, *Bukit Kepong*, dan *Sarjan Hassan*. Filem-filem ini tidak mendapat sambutan di pawagam (kecuali *Sarjan Hassan* arahan Tan Sri P. Ramlee yang diulang tayang di televisyen). Nasib yang sama menimpa filem bercorak serius seperti *Wayang* arahan Hatta Azad Khan dan *Bunohan* arahan Dain Said.

Pada pandangan FINAS, filem-filem yang ditayangkan masa kini adalah berunsur komersil. Komersil itu maksudnya dari segi pelakon dia. Jalan cerita dia memang simple. Sama ada hero mati atau hero hidup ataupun orang baik menang. Pelakon dia adalah yang top sekarang ini. Pelakon muda, pelakon yang mana diminati oleh golongan muda lah golongan belia sekarang ini. Nak cakap banyak-banyak tak boleh.. Selain golongan belia punya pelakon yang dia orang suka sebenarnya dia ambil pengalaman juga misalnya filem seram, filem komedi dan filem cinta. Misalnya kalau you all tengok filem "*Lembing Awang pulang ke Dayang*" dia sebenarnya berkisarkan tradisional. Pelakon dia popular juga iaitu Farid Kamil tetapi tidak mendapat sambutan yang menggalakkan sangat. Macam cerita *Paloh*. Kalau you tengok filem *Paloh*, filem-filem berunsur sejarah. *Hati Malaya* lah senang. Sambutan di pawagam memang kurang tetapi dia punya tetapi dia punya kesan dia pada sejarah kira tercapai juga. Tetapi dia hanya dapat ditayangkan di PLKN (Pusat Latihan Khidmat Negara). Tetapi di *public*, di pawagam memang kurang. Genre ini tidak diminati walaupun jalan ceritanya bagus. Generasi sekarang lebih berminat kepada benda-benda yang menarik. Perempuan, kereta, motor.

(Benjamin Hasbie)

Walaupun tidak mendapat sambutan generasi muda, filem sebegini masih perlu diterbitkan untuk tatapan generasi muda bagi mengenal sejarah negara di samping memelihara dan mengetengahkan budaya tempatan ke peringkat antarabangsa. Filem ini penting sebagai pengenalan identiti budaya Malaysia untuk tatapan dunia.

Penerbitan filem patriotik dan kenegaraan memerlukan belanja yang besar. Syarikat penerbitan kecil tidak mungkin memiliki kemampuan kewangan berkenaan jika tidak dibantu. Oleh sebab itu, kerajaan perlu menyediakan dana yang sesuai dan mencari pengarah berkemampuan untuk menerbitkan filem sedemikian. Malah, syarikat berkaitan kerajaan (GLC) boleh diminta untuk turut sama menceburi industri ini kerana ini dapat merancakkan lagi pertumbuhan ekonomi negara. Namun, menurut Kamil Othman,

Tidak ada satu syarikat tempatan atau kerajaan yang berhasrat membiayai satu projek besar yang memaparkan kegemilangan kerajaan Melayu Melaka. Dengan penerbitan projek berskala besar ini berserta pelaburan berjuta ringgit, ia akan menghasilkan satu rangkaian ekonomi yang panjang. Banyak pihak akan memperoleh keuntungan. Bermula dengan penyelidikan untuk menghasilkan skrip bermutu, penulis skrip, pelakon, pengarah, prop, pasca produksi, dan pawagam. Kandungan yang terhasil itu boleh dimanfaatkan untuk pendidikan dengan memperkenalkan budaya Malaysia kepada generasi muda dan juga dunia.

Syarikat berkaitan kerajaan GLC tempatan boleh mencontohi Samsung Entertainment yang menceburi industri filem di Korea Selatan. Penyertaan *chaebol* seperti Samsung menyebabkan industri filem Korea Selatan kini sedang meningkat hingga menimbulkan fenomena *Hallayu* di seluruh dunia. Untuk meningkatkan daya saing dan daya maju

industri filem tempatan, syarikat berkaitan kerajaan (GLC) seperti Telekom Malaysia, Sime Darby dan Tenaga Nasional perlu secara aktif menyertainya.

#### **6.2.2.4 Sumber Manusia**

Untuk memastikan industri filem tempatan terus mampu berdaya saing dan berdaya maju, sumber manusia yang menjadi aset utama perlu diperkasakan. Ini termasuk menyediakan latihan kepada mereka yang terbabit dalam industri berkenaan. Secara umumnya sebahagian besar sumber manusia yang terlibat dalam industri ini menimba pengalaman secara latihan di tempat kerja (*on job training*). Pelakon dan tenaga kerja produksi, terutamanya tidak memiliki pendidikan formal dalam bidang berkenaan. Ada pengarah dan pelakon yang berlakon atau mengarah berdasarkan pengalaman yang diperoleh setelah agak lama berkecimpung dalam industri filem. Antaranya ialah Din CJ yang menyatakan,

Saya tidak pergi mana-mana sekolah seni seperti pengarah lain. Semua ilmu pengarahan saya timba dan belajar menerusi pengarah berpengalaman dan melalui mereka saya mendapat kepercayaan dan keyakinan untuk mengarah. Apa kerja yang saya tidak buat? Semuanya saya lakukan tanpa membantah. Dari situlah saya banyak belajar dan Alhamdulillah apabila sudah menjadi pengarah saya tahu semua perkara.

Kini, dengan perkembangan industri kreatif di negara ini, terutama industri filem tempatan, semakin banyak institusi pengajian tinggi menawarkan pendidikan secara formal kepada mereka yang berminat menceburi bidang perfileman. Selain penyediaan infrastruktur dan peralatan perfileman serta bantuan kewangan kepada pemain industri itu (seperti Dana Seni Filem dan Multimedia, Dana Filem Kenegaraan, Dana Filem

Animasi, Dana CGI dan Dana Dokumentari), FINAS juga turut tidak ketinggalan melahirkan modal insan dalam bidang ini dengan menyediakan Program Latihan Perfileman, termasuk program Masterclass kepada penggiat industri dalam mempertingkatkan kemahiran dan pengetahuan mereka. Pada tahun 2012, dua program Masterclass dan 30 bengkel latihan diadakan di FINAS.

Selain itu, Kerusi P.Ramlee yang dikendalikan Akademi Seni Budaya dan Warisan Kebangsaan Malaysia (ASWARA) ditubuhkan dengan dana sebanyak RM3.5 juta bertujuan mengasah bakat dalam lakonan, gubahan muzik, nyanyian serta bakat kesenian yang menjadi kelebihan Tan Sri P.Ramlee. Ini semua akan dapat meningkatkan mutu filem tempatan seperti yang diperkatakan oleh Shariza Mahmud:

Kita nampak sekarang usahanya satu menubuhkan institusi tinggi yang mana ada silibus filem di dalamnya. Ok macam kita nampak ada akademi filem ada ASWARA macam UiTM pun dah jadikan filem making sebagai major lepas tu ada satu lagi institut yang baru buka, *base* dekat Melaka dan Sabah ke Sarawak macam tu, kita dah nampak orang kita dah mula faham akan kesenian dan filem ini penting untuk apa orang kata nak bawa kita punya negara sebenarnya kedepan, banyak lagi faedah yang kita dapat daripada filem ni.

Walau bagaimanapun ini terdapat kebimbangan seperti yang dinyatakan oleh Ahmad Puad Onah seperti yang berikut:

Terdapat 22 buah sekolah (universiti) di Malaysia. Mereka mengeluarkan beribu-ribu graduan setiap tahun, tapi di satu pihak lagi, tidak memberi secukupnya projek penerbitan kepada syarikat-syarikat

penerbitan di Malaysia khususnya untuk membuat program-program televisyen, membuat drama-drama TV dan sebagainya. Perkara pertama yang harus dilakukan, iaitu satu industri kandungan yang seimbang, dengan adanya syarikat-syarikat penerbitan yang mendapat cukup projek sama ada daripada RTM, MEDIA PRIMA atau ASTRO. Mereka ini boleh mengambil pelajar-pelajar tersebut untuk memberi *hands own experience* dari segi bukan sahaja *practical training* tetapi juga alam pekerjaan, selepas mereka tamat pengajian nanti.

Tetapi bila tiada perkara ini, pelajar yang lahir, apa yang akan berlaku mereka akan keluar dengan teori semata-mata tanpa latihan praktikal yang cukup, peluang pekerjaan yang cerah bagi mereka ialah untuk menjadi tenaga pengajar dan akan mengajar teori-teori itu kepada pelajar baru. Perkara ini akan terus berlaku, pusingan tersebut terjadi kepada pelajar baharu, dan mereka akan menjadi pakar teori yang tidak ada pengalaman tapi sejak sektor industri ini muncul, sudah wujud satu lagi pusingan yang mana pengarah projek merungut tidak mempunyai projek yang cukup. Tiada peluang untuk menerbitkan filem, hal ini berlaku maka, bagaimana untuk membiayai pelajar-pelajar yang keluar esok, di situ terdapat perhubungan kitaran seperti telur dengan ayam.

Penerbit akan ambil tenaga-tenaga ini untuk menerbitkan filem, tapi sepertimana yang saya katakan tadi, ada beberapa sahaja filem yang dapat dikeluarkan setahun. Paling banyak 50 setahun. Dari segi itu memang penerbit filem ini akan mengambil pelajar bekerja, *practical training* dan juga jika ada pelajar-pelajar yang cemerlang mempunyai idea yang berinovasi dan rajin. Yang berani jumpa penerbit, mereka akan dapat peluang menguruskan projek. Kalau setahun sudah ada



berapa ribu *student* yang keluar? Jika keluar 6 hingga 8 ribu *student* setahun siapa yang nak bagi pekerjaan? Ada tak antara mereka yang terus pergi berjumpa syarikat penerbitan, siapa yang berani dia akan berjaya. Oleh itu pelajar-pelajar ini mesti berani jika ingin berada dalam industri ini.

Bagi pensyarah di Jabatan Skrin, UiTM, Norman Yusoff, pengajian perfileman yang ditawarkan di institusi pengajian awam (IPTA) dan swasta (IPTS) belum memainkan peranan sepenuhnya dalam mewujudkan sebuah industri perfileman yang mantap. Baginya, IPT di negara ini belum berjaya “mempertemukan titik tolak” yang mampu melahirkan golongan kreatif dalam memenuhi aspirasi dalam industri perfileman tempatan. Ini kerana pengajian filem yang ditawarkan di universiti sering dianggap lebih bersifat teoretis dan akademik sehingga “tidak berpijak di bumi yang nyata”. Malah, dunia akademik dianggap terlalu *hermeneutic*, iaitu hanya berlegar dalam ruang lingkup nya sendiri dan seolah-olah “terputus” hubungannya dengan dunia luar.

#### **6.2.2.5 Pusat Penggambaran Filem Asing**

Selaras dengan hasrat kerajaan untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat penggambaran filem yang selari dengan DFN, beberapa lokasi giat dipromosikan sebagai pusat penggambaran seperti Putrajaya yang menjadi lokasi popular untuk penggambaran filem kerana reka bentuk bangunan yang moden, persekitaran yang bersih, kurang penduduk dan trafik (tiada gangguan ketika penggambaran dilakukan). Antara filem yang menggunakan Putrajaya sebagai lokasi penggambaran ialah *Cicakman* bagi menggambarkan kota futuristik Metrofulus yang diilhamkan daripada bandar raya Gotham dalam filem *Batman*, Selain itu, filem antarabangsa *Viral Factor* terbitan

syarikat perfileman Hong Kong juga menjadikan Putrajaya sebagai pusat penggambaran dengan 80 peratus daripada penggambaran filem berkenaan dibuat di Putrajaya.

Selain penggambaran filem, Putrajaya juga terkenal kerana penggambaran filem iklan, dokumentari, tele movie dan fotografi. Untuk melakukan penggambaran di Putrajaya, penerbit perlu memohon lesen daripada Perbadanan Putrajaya dengan bayaran sebanyak RM2,500 untuk penggambaran selama tiga hari bagi sektor komersil atau RM250 untuk penerbitan kerajaan. Pada tahun 2011, Perbadanan Putrajaya mencatatkan kutipan sebanyak RM105,150 untuk permit yang dikeluarkan.

Selain Putrajaya, Kuala Lumpur, Melaka Bandar Raya Bersejarah, Ipoh dan Batu Gajah di Perak juga sering kali dijadikan lokasi penggambaran filem dari luar. Filem *Anna and The King* lakonan Judie Foster dan Chong Yuan Fatt menjadikan Clearwater Sanctuary Golf Resort di Batu Gajah sebagai lokasi penggambaran manakala filem *Entrapment*, lakonan Sean Connery dan Catherine Zeta John, menjadikan Menara Berkembar Petronas sebagai lokasi penggambaran.

### **6.2.3 Penerimaan Nilai Barat dalam Kalangan Penonton Tempatan**

Sebuah filem bukanlah wujud pada medium yang vakum dan tidak bermakna, sebaliknya ia melibatkan pengeluaran makna dalam sesebuah masyarakat. Malah, filem dilihat sebagai cerminan masyarakat. Oleh itu, menurut bekas Menteri Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan, Datuk Seri Utama Dr Rais Yatim, filem bukan sekadar bahan hiburan semata-mata, malah lebih daripada itu kerana filem adalah cerminan bangsa, jendela pemikiran masyarakat, gambaran ketamadunan dan pencapaian sesebuah negara bangsa.

Di negara ini wujud dua aliran penggiat dan pembikin filem, iaitu pembikin filem arus perdana dan pembikin filem alternatif. Filem arus perdana dihasilkan untuk tontonan ramai dan sering popular dalam kalangan khalayak Manakala filem alternatif

(ada yang menganggap sebagai filem artistik) menyetengahkan isu yang berlaku dalam masyarakat dan negara dan hanya digemari oleh sebahagian kecil masyarakat. Filem arus perdana lebih banyak diterbitkan kerana mudah mendapat sambutan daripada penonton. Bagi kategori ini filem yang dihasilkan mementingkan keuntungan berdasarkan pelaburan yang dilakukan. Ini menyebabkan penerbitan filem di negara ini seolah-olah seperti kilang yang menghasilkan barangan kepada pengguna massa. Akibatnya filem tempatan tiada pengisian yang benar-benar dapat mendidik masyarakat.

Seniwati Datuk Sarimah Ahmad ketika mengulas senario filem tempatan berpendapat skop filem tempatan semakin sempit kerana penggiat industri lebih menumpukan usaha pada penerbitan filem ‘pecah panggung’ berbanding usaha mendidik masyarakat. Filem yang dapat memberi pengajaran kepada orang ramai semakin kurang diterbitkan. Bagi beliau, filem sepatutnya dapat dijadikan teladan oleh masyarakat seperti yang diusahakan penerbit era terdahulu yang boleh dilihat pada karya seniman agung Allahyarham Tan Sri P.Ramlee. Maka, penggiat filem tanah air perlu mengubah perkara berkenaan dan meningkatkan kualiti filem dihasilkan agar orang ramai dapat mempelajari sesuatu yang bermakna daripada cerita yang dipaparkan.

Penggiat dan pensyarah filem, Hassan Muthalib juga bersetuju dengan perkara tersebut dan berpendapat 95 peratus daripada filem kini kosong daripada pengisian. Walaupun mempunyai cerita, ceritanya lebih menjurus kepada keseronokan. Baginya, filem popular sekarang lebih bersifat “cinema of destruction”, iaitu filem yang mengalih pandangan kepada fantasi dan cuba mengalih pandangan daripada perkara sebenar. Ini tidak seharusnya berlaku kerana industri perfileman ialah manifestasi budaya yang digunakan bagi mendidik manusia. Inilah yang dilakukan Iran menerusi penerbitan bermutu tinggi hingga mendapat pengiktirafan dunia, termasuk Amerika Syarikat. Oleh itu, industri filem tempatan tidak boleh dianggap sebagai hiburan semata-mata,

sebaliknya perlu dilihat sebagai suatu institusi yang sarat dengan ideologi dan budaya.

Razak Mohaideen berpendapat seperti yang berikut:

Kita tentulah tidak dapat menyaingi filem-filem berbajet besar yang dikeluarkan untuk sajian penonton dunia. Tetapi ini tidak bermakna tidak ada ruang untuk penerbit tempatan mengeluarkan filem yang lebih mendekati nilai-nilai murni Timur, jati diri, adat resam, budaya dan amalan agama kita sebagai tontonan alternatif bagi rakyat tempatan. Industri filem Malaysia adalah salah satu cabang institusi dominan yang popular yang secara tidak langsung memuat dan mengagihkan nilai-nilai dan pandangan-pandangan tertentu dalam masyarakat. Namun, industri filem tidak boleh disalah erti kan sebagai institusi hiburan semata-mata, sebaliknya perlu dilihat sebagai suatu institusi yang sarat dengan ideologi-ideologi tertentu. Sebagai contoh filem *Hati Malaya*, *Bukit Kepong*, *Leftenan Adnan*, dan sebagainya. Filem-filem ini sarat dengan ideologi tempatan. Dengan kata lain, industri filem tidak beroperasi dalam kekosongan. Malah, andaian yang melihat industri filem sebagai sebuah institusi hiburan semata-mata yang hanya memberikan apa yang diinginkan oleh penonton perlu dihakis.

(Razak Mohaideen)

Selain itu, S.M. Zakir melihat industri filem tempatan sepatutnya berperanan lebih besar, iaitu menjadi pusat pengeluaran makna yang mampu memberikan pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat. Menurut beliau, kejayaan industri filem tempatan yang berpusat di Singapura dahulu disebabkan sokongan penonton Melayu terhadap filem Melayu yang menggunakan bahasa Melayu dan dilakonkan pelakon

Melayu. Menerusi filem berkenaan, nilai-nilai Melayu dizahirkan dalam bentuk simbol dan diterjemahkan ke dalam medium filem. Malah, apabila negara mencapai kemerdekaan bahasa Melayu dan budaya Melayu menjadi asas kepada perlembagaan negara dan Dasar Kebudayaan Kebangsaan.

Namun kemasukan filem terbitan Hollywood di seluruh dunia yang mendokong ideologi pemodal (syarikat transnasional mereka) dan pengisian cerita berdasarkan nilai masyarakat Barat mencabar simbol dan nilai Melayu yang diangkat dan dipersetujui semua kaum sebagai nilai kebangsaan. Bagi Pengerusi Penganjuran Festival Cannes, Giles Jacob, Amerika bukan setakat berminat untuk mengeksport filemnya, malah berminat mengeksport cara kehidupan Amerika. Oleh itu, filem terbitan Hollywood menjadikan ideologi kapitalis sebagai asas dan bermatlamat untuk mengaut keuntungan maksimum dengan memastikan dominasi Amerika Syarikat dalam pelbagai bidang terus kekal. Bagi Kamil Othman,

Kita perlu mempertahankan kebudayaan Melayu (yang menjadi teras kepada kebudayaan kebangsaan) menerusi penghasilan kandungan berteraskan nya. MDeC sudah lama menyedari kandungan dalam bentuk filem dan program televisyen, dari Barat menyebarkan ideologi, budaya dan nilai mereka. Anak-anak muda sekarang lebih mengenali watak dalam filem animasi Disney berbanding tokoh pahlawan tempatan.

Ini kerana filem terbitan Hollywood menjadi medium bagi menyebarkan idea berkaitan kebebasan, nilai liberal dan hedonistik, simbol serta konsep bagi mengekalkan kuasa sedia ada. Kekerasan untuk menindas atau mengubah pemikiran masyarakat dunia tidak digunakan, sebaliknya memanfaatkan kuasa pembujukan. Oleh itu, kemasukan filem Hollywood sedikit sebanyak dilihat mempengaruhi pemikiran pembikin filem generasi

baharu yang menolak lambang-lambang kebangsaan dan meletakkan dasar liberal dan sekular sebagai asas kehidupan. Menurut Benjamin Hasbie dalam temu bual nya,

Filem yang ditayangkan selama lima tahun ini kebanyakannya adalah filem Melayu. Dari segi budaya, filem terarah kepada kebaratan menerusi cara pakaian tetapi seperti filem Malaysia dari segi budaya ketimuran itu tiada. Boleh nampak tak corak dia itu? Macam filem *KL Drift* cara berpakaian dia sama sahaja, terpengaruh dari budaya Barat.

Aliran ini tidak lagi mengingini asas bangsa yang wujud selama ini yang berteraskan sejarah, geografi, psikologi, dan daulah Kemelayuan. Mereka sebaliknya ini mencipta suatu bentuk masyarakat tanpa sejarah lampau, tanpa asal-usul dan tanpa ruang tradisi. Sedangkan filem Malaysia selama ini menjadi ruang bagi menzahirkan lambang-lambang kebangsaan, terutama bahasa Melayu. Responden yang ditemu bual juga berpendapat bahawa filem ialah medium yang boleh dijadikan sebagai alat untuk menyebarkan ideologi asing. Maka, bagi Kamil Othman,

Kelemahan pembikin filem kita pada peringkat penerbitan filem menyebabkan kemasukan filem atau kandungan dari US/Korea atau Thailand. Kemasukan ini memudahkan ideologi, budaya dan nilai asing memasuki negara ini.

Perkembangan pesat teknologi komunikasi, informasi (ICT) di seluruh dunia menyukarkan kerajaan mengawal sempadan negara daripada pencerobohan budaya asing dan proses globalisasi. Pencerobohan berlaku menerusi alam maya dengan bantuan ICT yang membolehkan penyaluran maklumat secara terus kepada orang ramai tanpa sekatan. Ini boleh menyebabkan berlakunya penjajahan budaya tidak dapat

ditangkis oleh budaya tempatan. Persoalannya mengapakah budaya sesebuah masyarakat begitu mudah dihakis? Puncanya ialah mekanisme ekonomi yang digunakan, iaitu pengkomoditian budaya yang memperlihatkan budaya dijadikan produk atau komoditi (seperti makanan, minuman, permainan, pakaian, hiburan, hobi, pergaulan, seks) yang dapat dijual beli. Dengan bantuan media pengiklanan, proses pengkomoditian itu berjaya dilaksanakan.

Dengan kelebihan ICT yang dimiliki, syarikat transnasional Amerika lebih mudah memasarkan produk budaya Amerika/Barat yang banyak mengandungi unsur yang mudah untuk dikomoditikan seperti pencapaian, keseronokan, kepuasan, makna kehidupan, dan jati diri menerusi penggunaan dan pemilikan harta benda serta pemuasan naluri atau nafsu manusia melalui makanan, pakaian, permainan, hiburan, hobi dan pergaulan. Memandangkan tamadun Barat dan Amerika mendominasi dunia, maka ukuran mengenai nilai baik dan buruk, betul dan salah adalah menurut perspektif mereka.

Hasil janaan ekonomi yang disumbangkan industri produk budaya adalah besar. Amerika Syarikat, Jepun dan Korea Selatan mampu mewujudkan banyak peluang pekerjaan di samping meningkatkan KDNK negara dengannya. Oleh itu, banyak negara cuba menurut langkah berkenaan, termasuk Malaysia. Ini termasuklah pengkomersialan dan penswastan sistem penyiaran, pertumbuhan rangkaian kedai video dan arked permainan video, serta memiliki satelit. Dengan ini, media massa di Malaysia terdedah pada proses globalisasi termasuk isi kandungannya. Kemasukan filem asing, misalnya menyebabkan masyarakat terdedah kepada pelbagai nilai luar, terutama nilai dan cara hidup Amerika Syarikat.

Namun kebanyakan masyarakat tempatan masih memiliki jati diri yang tinggi kerana didikan yang diterima di samping nilai agama Islam yang sudah disematkan ke dalam diri majoriti orang Melayu sejak kecil. Hasil kumpulan fokus mendapati bahawa

peserta tidak boleh menerima nilai hedonisme Barat seperti amalan seks bebas sebelum kahwin, nipisnya hubungan kekeluargaan, hubungan sulit sebelum berkahwin dan pergaulan yang terlalu bebas antara lelaki dan perempuan.

Bukan lagi budaya Barat, tetapi budaya kuning. Contoh filem Mamma Mia, saya menontonnya kerana meminati lagu-lagu hits kumpulan ABBA berkenaan tapi ceritanya mengenai anak yang mencari identiti bapa sebenar hasil hubungan sulit ibunya. Sudah pasti saya tak dapat menerima budaya wanita berpelesiran, melahirkan anak luar nikah dan masyarakat sekeliling menerimanya pula. Sebagai penonton, saya juga perlu mempunyai *self-censorship*; supaya tidak menerima bulat-bulat mesej filem Barat.

(Responden 22 - Nurul Adlina)

Kadang kala tidak sesuai dengan budaya tempatan, selain bercanggah dengan ajaran agama, selalunya mereka mempunyai unsur-unsur positif bagus untuk pembangunan, bagaimanapun daripada segi kemanusiaan, nilai-nilai keakraban antara keluarga dilihat semakin tipis, tiada kejujuran, mereka bebas melakukan apa-apa sahaja dengan menggunakan perkataan 'kebebasan'.

(Responden 24 - Mumtaz)

Oleh itu, teori peluru ajaib yang menyatakan khalayak menerima maklumat yang dipaparkan secara pasif tidak lagi berasas. Ini kerana khalayak secara aktif mencari makna yang sesuai dengan jati diri masing-masing. Malah, produk budaya Barat dan Amerika ada yang disesuaikan dengan keperluan dan nilai masyarakat setempat agar



diterima masyarakat tempatan. Ini memperlihatkan berlakunya proses glokalisasi, iaitu budaya dan masyarakat tempatan masih memiliki kekuatan untuk mengubahsui pengaruh globalisasi sehingga dapat merubah sifat produk budaya yang didagangkan.

Ini bererti kemasukan budaya Barat dan Amerika tidak semestinya menyebabkan penjajahan budaya. Budaya asing yang masuk ke dalam sistem nilai budaya tempatan akan mengalami proses hibrid sasi yang akan menyatukan budaya asing dan tempatan. Misalnya ini boleh dilihat pada muzik, iaitu penyatuan elemen asing dan tempatan hingga menghasilkan lagu berentak RAP yang masih mengekalkan unsur asli lagu Melayu seperti *Apo Kono Eh Jang* dan *Aku Anak Kampung*.

Proses glokalisasi yang berlaku itu turut berkait dengan jati diri sesebuah bangsa. Jika bangsa berkenaan memiliki jati diri yang kuat mereka akan melakukan tapisan untuk menerima atau menolak nilai dari Barat. Responden yang ditemu bual menyatakan mereka akan melakukan tapisan sendiri terhadap nilai yang dipaparkan menerusi filem terbitan Hollywood. Ini boleh dilihat pada jawapan yang diberikan seperti yang berikut:

Yang nyata bertentangan tidak akan diterima tetapi yang mempunyai nilai kebaikan akan ditapis dan disesuaikan dengan budaya dan persekitaran semasa. Seperti budaya seks bebas yang sering ditayangkan yang nyata bertentangan dengan hukum agama akan dielak manakala budaya bersosial gaya barat akan ditapis serta disesuaikan mengikut budaya dan adab Melayu.

(Responden 27 - Paridah)

Saya lebih kepada menerima nilai Barat tetapi menapis mengikut jati diri saya. Contoh nilai Barat yang saya tapis adalah dari segi pergaulan bebas remaja yang sering dipaparkan serta budaya pemakaian yang melampau.

(Responden 15 - Intan)

Saya melakukan tapisan sendiri. Sebagai golongan muda, telah diajar di sekolah dan ibu bapa nilai-nilai timur dan sepatutnya tidak mudah terpengaruh jika tahu menilai antara baik dan buruk.

(Responden 21 -Rosanuar)

Bila menonton filem dari Barat sudah tentunya kita perlu menapis perkara yang ditonjolkan dalam filem tersebut. Apa yang menarik bagi saya ialah apabila saya menonton filem dari barat saya dapat melihat cara pemikiran barat yang cuba mereka tonjolkan dalam masa yang sama, saya secara kritikal cuba membandingkan dengan nilai ketimuran.

(Responden 28 - Azman)

Di sini jelas bahawa mereka amat aktif mencari makna yang sesuai dan selari dengan jati diri yang sudah diterapkan di dalam jiwa masing-masing hasil daripada pendidikan yang diterima. Walaupun berlaku proses penerimaan dan pengubahsuaian terhadap nilai positif Barat, mereka tidak dapat menerima nilai negatif yang ada.

Selain tapisan sendiri oleh penonton sendiri, tapisan kandungan filem dilakukan menerusi Lembaga Penapis Filem (LPF), iaitu sebuah agensi Kementerian Dalam Negeri yang berperanan menapis filem mengikut empat aspek utama: keselamatan dan ketenteraman awam, keagamaan, sosiobudaya serta ketertiban dan kesusilaan masyarakat Malaysia yang berbilang kaum dan agama. LPF yang ditubuhkan mengikut Seksyen 4, Akta Penapisan Filem 2002 (Akta 620) dan disemak pada tahun 2002 turut melaksanakan tapisan sendiri dengan kerjasama industri hasil proses transformasi kerajaan. Ini bermaksud tanggungjawab penapisan filem dilaksanakan secara bersama antara LPF dan pihak industri. Kedua-dua pihak bertanggungjawab terhadap kandungan filem. Dengan cara ini, urusan tapisan dan pengelasan dilaksanakan oleh pihak yang dikenal pasti bagi aspek pengedaran dan penayangan filem seperti stesen televisyen, pengimport, dan pengedar filem ([www.moha.gov.my](http://www.moha.gov.my)).

Terdapat tiga klasifikasi yang ditetapkan oleh LPF, iaitu seperti yang berikut:

- i. Umum (U) - boleh ditonton oleh semua lapisan masyarakat tanpa had umur, di samping memiliki nilai murni dan kesopanan.
- ii. Penonton di bawah 13 tahun (P13)

Tontonannya perlu diawasi ibu bapa kerana mengandungi unsur seram, menakutkan, adegan atau aksi negatif, unsur suspens dan mengejutkan yang tidak berlebihan, jalan cerita yang sukar difahami dan unsur yang boleh mengganggu emosi kanak-kanak.

iii. Penonton atas 18 tahun (P18).

Filem yang ditayangkan mengandungi unsur seram, ganas tetapi tidak keterlaluan, adegan kedewasaan yang tidak melampau, aspek sosial dan agama sensitif yang memerlukan tahap kematangan tinggi untuk memahaminya.

Bagi negara yang tidak memiliki kemampuan untuk menerbitkan filem dan membangunkan industri filem tempatan, beberapa strategi boleh diguna pakai bagi menyekat kemasukan filem asing terutama Amerika Syarikat yang boleh menjejaskan industri tempatan. Antaranya, sistem kuota; subsidi dan geran, dan kerjasama serantau, termasuk kerjasama produksi dan adaptasi program popular.

Namun, negara seperti Malaysia yang memiliki sejarah industri filem yang panjang perlu menghasilkan lebih banyak filem kenegaraan untuk mengetengahkan identiti budaya negara untuk menyaingi nilai asing yang dibawa dari filem import. Walaupun pihak swasta enggan menerbitkan filem sedemikian kerana tidak menguntungkan, penerbitannya perlu ditingkatkan dan perancangan jangka masa panjang harus diambil. Oleh itu, dapatan temu bual menunjukkan bahawa kerajaan perlu mempelopori usaha ini.

Oleh itu, kesedaran dari pihak kerajaan mereka bahawa filem-filem berunsur patriotik ini harus difilemkan bagi mereka. Maka itu yang telah mereka lakukan. Kalau kita dapat contohi negara mereka, setahun kita dapat buat tiga hingga lima filem patriotik, Insya-Allah, dalam masa sepuluh tahun kita dah ada koleksi 30 hingga 50 filem sejarah ini dan apabila kita bekerjasama dengan kerajaan setidak-tidaknya dapat menarik penerbit swasta ataupun penerbit yang mahu menggunakan duit

mereka sendiri untuk membuat filem yang sama. Jadi ini adalah tindakan yang pertama yang harus dilakukan oleh kerajaan.

(Ahmad Puad Onah)

Penggiat filem tempatan pernah mencadangkan dana khas disediakan bagi menerbitkan lima buah filem berbajet besar setahun yang diberikan kepada pengarah berprofil tinggi dan filem yang sarat nilai budaya, kritik sosial serta bukan karya hiburan semata-mata. Dengan bajet RM5 juta untuk sebuah filem, filem genre patriotic dan sejarah bermutu tinggi dapat diterbitkan dan boleh digunakan sebagai bahan pengajaran dan pembelajaran.

Kerajaan sebelum ini pernah membuat filem *Paloh* dan satu lagi filem patriotik, tetapi selepas itu terhenti seketika. Jadi filem yang ada di Malaysia ialah *Bukit Kepong* dan filem *Leftenan Adnan*. Selain dari *Sarjan Hassan*, itu sahaja filem patriotik yang ada di Malaysia dan sekarang ini diulang tayang setiap tahun. Dari pihak kami Persatuan Pengeluar Filem, kami sudah memohon kepada kerajaan supaya menjadikan pembikinan filem-filem kenegaraan sebagai satu misi sama sebagaimana kerajaan menerangi modal belanja bagi industri pelancongan Malaysia contohnya seperti kerajaan membiayai pembiayaan bagi memenuhi Muzium Negara dengan barang-barang lama. Bagaimana mereka membiayai arkib dan sebagainya, jadi mengapa kerajaan tidak membuat filem ini?

(Ahmad Puad Onah)

Selain itu, pengarah dan penulis skrip perlu bijak menyelitkan program yang diterbitkan dengan kebudayaan kebangsaan untuk menarik remaja menontonnya. Dengan cara ini, sekurang-kurangnya golongan berkenaan akan mengetahui budaya asli tempatan dan budaya dari luar. Begitu juga dengan program dan filem bercorak agama. Filem yang mempunyai pengajaran seperti yang dihasilkan Tan Sri P.Ramlee membolehkan masyarakat mengamalkan nilai baik dan diperturunkan dari satu generasi ke generasi yang lain.

Kita perlu tonjolkan kebudayaan tempatan, misalnya ghazal diperkenalkan dalam program MTV. Sebenarnya kita tidak pandai menyelitkan kebudayaan kita dalam program terbitan tempatan dan antarabangsa. Misalnya, jika penerbitan program kebudayaan, sepanjang satu jam kita pertontonkan dengan tarian dan nyanyian bercorak budaya tempatan. Kaedah ini tidak menarik minat orang muda tapi orang tua mungkin minat. Apa yang perlu kita lakukan ialah program hiburan untuk kumpulan rock tetapi pada masa yang sama budaya ghazal misalnya turut diselitkan dalam program berkenaan. Ini bermakna selain daripada mereka mengetahui mengenai irama rock dan rap pada masa yang sama mereka turut mengetahui irama ghazal.

(Kamil Othman)

#### **6.2.4 Kedekatan Budaya Dan Pola Pemilihan Tontonan**

Dapatan temu bual yang dilakukan mendapati bahawa pemilihan khalayak untuk menonton filem sama ada filem tempatan atau filem import bergantung pada beberapa faktor termasuk jalan cerita, genre, dan pelakonnya. Kedekatan budaya bukan faktor

penentu kepada pemilihan filem untuk ditonton. Jalan cerita merupakan faktor utama pemilihan mereka seperti yang diperkatakan oleh responden 15, 16, 18 dan 20.

Jalan cerita yang dipaparkan lebih menarik perhatian penonton untuk pergi ke pawagam.

(Responden 18 - Suzalina)

Saya akan pastikan untuk memilih jalan cerita dan kemudian barisan pelakon yang saya rasa dapat menjiwai watak-watak dengan baik contoh Zulhuzaimy dan Brad Pitt.

(Responden 20 -Hanafi)

....melihat kepada jalan cerita yang dipersembahkan.

(Responden 16 - Fazidah)

Saya lebih memilih kepada jalan cerita dan sinopsisnya.

(Responden 15 -Intan)

Selain daripada jalan cerita, aspek penggunaan teknologi dalam filem turut memainkan peranan bagi menarik penonton ke pawagam. Responden berpendapat penggunaan teknologi dalam filem keluaran Hollywood turut menjadi faktor penyumbang kepada kehadiran khalayak tempatan menonton filem Hollywood.

Teknologi sangat mempengaruhi dalam penerbitan filem kerana melalui teknologi ini dapat menjadikan sesuatu cerita lebih menarik.

(Responden 1 -Jancy)

Penggunaan teknologinya yang bagus dan canggih juga sangat mempengaruhi saya untuk menonton.

(Responden 21 - Rosmalis)

Penggunaan teknologi mereka pula sesuatu yang tidak boleh dipertikai. Mereka amat bagus dalam teknologi berbanding negara kita. Ini membuatkan persembahan filem mereka amat menarik dan boleh dikatakan sifar kecacatan.

(Responden 24 - Mumtaz)

Orang Melayu lebih terbuka sifatnya kerana mereka boleh menonton apa-apa sahaja filem yang ditayangkan di pawagam manakala kaum Cina dan India lebih gemar menonton filem Hollywood, Hong Kong dan Tamil. Ini kerana berdasarkan sifat filem yang universal dengan tajuk dan jalan ceritanya yang mampu difahami khalayaknya, bahasa dilihat bukan masalah utama. Oleh itu, kemasukan pelbagai filem asing sama ada dari Hollywood, Bollywood, Hong Kong, Korea Selatan, dan Jepun bukan penghalang khalayak untuk menontonnya. Ini diakui oleh peserta kumpulan fokus kerana filem bahasa asing boleh difahami melalui sari kata yang wajib disediakan oleh pihak pengedar selepas mendapat kelulusan Lembaga Penapis Filem.



Tidak. Kerana setiap filem mempunyai *subtitle* dan jika tiada kita boleh belajar memahami jalan cerita dengan mimik muka dan juga reaksi watak-watak dalam filem. Sebagai contoh filem Tamil tanpa *subtitle*.

(Responden 20 - Hanafi)

Bahasa tidak mempengaruhi. Sekiranya ia dalam bahasa Inggeris, Tamil, Malayalam, Melayu. Ia boleh difahami dengan bagus. Jika bahasa lain pula, saya selalunya akan merujuk kepada sari kata. Oleh itu, tidak ada halangan sebenarnya.

(Responden 24 - Mumtaz)

Bahasa tidak mempengaruhi kerana bahasa asal pelakon, terutamanya dari negara asing mendekatkan lagi pemahaman penonton dengan emosi yang dibawakan pelakon berkenaan. Contohnya, filem *The Coffin* lakonan Karen Mok agak kaku dan tidak beremosi kerana Mok pelakon terkenal Hong Kong menggunakan bahasa Inggeris yang skema!

(Responden 16 - Fazidah)

Tidak kerana bahasa adalah sesuatu yang universal dan sebenarnya filem itu sendiri yang menyatukan masyarakat daripada pelbagai bangsa.

(Responden 27 - Paridah)

Kemasukan filem import yang banyak ditayangkan di pawagam tempatan turut mendedahkan rakyat Malaysia mengenai pelbagai ragam cerita yang bersifat universal, terutama terbitan Hollywood yang mendapat sambutan majoriti masyarakat Malaysia. Akibat kekuatan yang ada pada filem import dan kelemahan yang ada pada filem tempatan, penonton lebih kritikal terhadap filem tempatan. Daripada kumpulan fokus yang dijalankan, secara keseluruhannya semua responden bersetuju filem tempatan masih lemah dalam pelbagai aspek seperti jalan cerita, skrip, lakonan dan teknologi. Bagi penonton tempatan yang banyak terdedah kepada filem Hollywood, Bollywood, Korea dan Jepun, mereka berpendapat filem tempatan klise dan stereotaip, terutama filem cinta dan komedi. Malah, jalan ceritanya terlalu mudah dan tiada pengisian terhadap penceritaan yang disampaikan.

Kebanyakan jalan cerita filem tempatan terlalu klise, stereotaip dan membosankan. Plot terlalu mendatar dan kadangkala pelakon nampak kaku.

(Responden 29 - Nurzahidah)

Ia adalah stereotaip dan klise dukacitanya mereka (penerbit filem) masih menggunakan formula sama sejak dari dulu lagi...tambah lagi jika terdapat cerita hangat daripada filem luar...agak sukar nak melihat filem Melayu asli yang hebat seperti *Waris Jari Hantu* atau *Sepet* atau *Sepi*..."

(Responden 20 - Hanafi)

Sangat stereotaip, terutama filem-filem terbitan Metrowealth dan arahan Prof Madya Abdul Razak Mohaideen.

(Responden 21 - Rosmalis)

Amat membosankan, tiada idea kreatif. Memang stereotaip, BOSAN TAHAP MAKSIMA.

(Responden 24 -Mumtaz)

Kebanyakan klise terutama filem komedi dan cinta. Ringkasnya, saya boleh melupakan cerita tersebut selepas menjejakkan kaki keluar dari pawagam atau selepas seminggu.

(Responden 26 -Fahmin)

Ini turut diakui oleh Benjamin Hasbie melalui temu bual yang dilakukan:

Kalau untuk *Harry Potter* kita boleh tengok melalui *box office* filem itu. Tetapi biasa di filem tempatan yang asli dari segi kreativiti tidak ada, ini boleh menjadi penyumbang kepada ketidakhadiran penonton.

Namun pemain industri seperti Razak Mohaideen menafikan skrip dan filemnya bersifat stereotaip dan klise.

Oo.. itu tak betul la, pada *I* itu tak tepat. Kalau you tengok *I* punya filem pun, I buat filem seram, fantasi. Kalau *Duyung*, tengok siapa yang pernah buat *Duyung* sebelum ini. Stereotaipnya dari mana? *Anak Mami*, siapa pernah buat sebelum ni? Stereotaipnya dari mana? *Mistik, Dua Hati Satu Jiwa*. Ha! *Cicak man* kalau nak kata. Kalau you nak tengok la *my own movie* pun di mana? *I* dah buat cinta, moral, fantasi, muzikal, *adventure*, berbeza, kan? Di mana yang dikatakan sama? Macam *Anak Mami* ni, I buat 2,3 genre yang sama, tetapi cerita yang berlainan.

Selain itu, responden berpendapat filem tempatan masih lemah dalam pelbagai aspek sama ada skrip, lakonan, pelakon, teknikal, kewangan, promosi mahupun pemasaran.

Filem tempatan amat jauh ketinggalan, banyak yang perlu diperbaiki. Tidak boleh bersaing. Untuk menyaingi filem Barat waktu ini, adalah sesuatu yang amat mustahil. Umpama langit dan bumi. Terlalu banyak kecacatan, kelemahan, kurang kepakaran teknikal dan kurang penerbit hebat.

(Responden 24 - Mumtaz)

Filem tempatan mash banyak kekurangan daripada segi pelakon, bakat dan teknologi. Filem tempatan masih jauh terkebelakang dibandingkan filem luar.

(Responden 19 - Dzulhisham)

Setengah filem tempatan tidak dapat memberikan kepuasan yang dicari mungkin disebabkan kekurangan daripada aspek penyelidikan dan penelitian *mise- en-scene*.

(Responden 17 -Nur Illi)

Filem luar juga mempunyai bajet lebih besar, aktor dan aktres ternama dan aspek teknologi yang lebih realistik. Filem Malaysia sukar melakukannya kerana kekurangan dana. Filem luar seperti *James Bond* misalnya membabitkan pembikinan hampir setahun, latihan aksi lasak. Filem tempatan lebih mementingkan pelakon pujaan yang ada rupa tapi tiada bakat seperti Fasha Sandha. Filem asing, memaparkan pelakon yang biarpun tiada rupa tapi bakat ada.

(Responden 22 - Nuruladlina)

Berbeza dengan penerbit filem tempatan, penerbit Hollywood mengutamakan pelakon yang berbakat dan memiliki pakej menarik untuk diketengahkan sebagai pelakon. Selain itu, pelakonnya juga banyak melakukan penyelidikan apabila satu-satu watak diserahkan kepada mereka, terutama bagi filem berkaitan tokoh seperti *Ghandi*. Aktor Ben Kingsley yang membawa watak Mahatma Ghandi melakukan penyelidikan selama lebih setahun untuk menyelami peribadi Ghandi sebelum penggambaran dilakukan. Hasilnya, penonton seolah-oleh melihat Ghandi yang sebenar muncul di layar perak kerana lakonan beliau amat “hidup” dan berkesan. Oleh itu, selain jalan cerita, penonton juga memilih sesebuah filem berdasarkan pelakonnya seperti yang dinyatakan oleh responden berikut:

Minat pelakon terutama gaya atau cara mereka berlakon. Jika pelakon itu berlakon kita boleh tahu memang perjalanan cerita itu memang bagus.

(Responden 12- Kalaivani)

Saya memilih pelakon. Pelakon yang hebat dan ternama hanya memilih cerita yang hebat.

(Responden 22 - Nurul Adlina)

Selalunya saya akan melihat barisan pelakon, barulah melihat jalan cerita. Sekiranya kombinasi kedua-dua elemen itu ada, selalunya filem itu adalah filem yang bagus. Ini juga biasanya akan membariskan pelakon hebat untuk filem hebat, kerana mereka mampu membayar dengan harapan pulangan mesti bagus, kerana tentunya orang ramai akan tertarik dengan pelakon hebat. Ini secara tidak langsung seolah-olah memberi perspektif, filem itu hebat. Dan sudah semestinya pelakon hebat akan memilih filem hebat untuk menaikkan lagi namanya.

(Responden 24 - Mumtaz)

Di Malaysia, disebabkan kos penerbitan yang rendah dan kualiti skrip yang lemah, penerbit akan menggunakan pelakon atau penyanyi popular tetapi tidak berbakat sebagai tarikan kepada penonton untuk ke pawagam untuk mencatatkan keuntungan daripada pelaburan yang sudah dilakukan adalah dengan. Ini diakui oleh Benjamin Hasbie dalam temu bual nya seperti yang berikut:

*Yes target audience.* Misalnya perempuan nak lelaki yang hensem. Macam juga filem Hindustan, Bollywood punya. Dia orang nak yang hensem, perkasa, kacak. Sama juga dengan trend dekat Malaysia. Kalau tiada pelakon yang hensem, tak nak datang tengok filem tempatan. Produksi pun pilih jalan mudah, banyak buat cerita untuk mendapat keuntungan semata-mata, jalan cerita yang sama dan pelakon yang sama. Itulah fenomena yang terjadi pada industri filem di Malaysia.

Perkembangan pesat ICT dan sokongan polisi kerajaan menerusi peruntukan dana yang besar menyaksikan pengaliran kandungan televisyen dan filem tidak lagi dikuasai syarikat transnasional Amerika Syarikat sahaja. Kewujudan pusat penerbitan filem dan televisyen serantau yang menerokai pasaran diaspora bahasa—seperti Portugis, Sepanyol dan Hindi (Brazil, Mexico dan India)—atau pasaran berasaskan geografi budaya dan geografi bahasa seperti Hong Kong yang memasarkan filem dan program televisyen terbitannya ke China, Taiwan dan Asia Tenggara menjadi sebahagian pusat penerbitan filem dan televisyen. Proses globalisasi juga membolehkan produk media tempatan dijual ke luar negara selain dijual di dalam negara. Khalayak filem dan televisyen masih mahu menonton budaya dan bahasa tempatan atau budaya yang mempunyai sistem nilai yang sama (misalnya nilai Asia) dari filem dan program televisyen yang diimport. Ini selari dengan teori geo-budaya dan geo-bahasa yang dikemukakan Joseph Strubhaar. Bagi Benjamin Hasbie dari temu bual nya menyatakan,

...Harapan saya terhadap pandangan filem berfikir positif supaya lebih banyak filem tempatan dihasilkan. Saya berharap lebih banyak filem Melayu, Cina, dan India ditayangkan, tidak hanya filem Melayu ditayangkan. Kita harus lebih kepada geo-budaya. Geo-budaya seperti

budaya Melayu, Cina dan India dari segi konflik atau aspek variasi harus pelbagai dan berkualiti. Filem tempatan yang menjadi box office itu juga boleh ditambah baik. Mungkin pelakon juga boleh dilatih lagi supaya menjadi lebih profesional.

Umumnya sambutan masyarakat terhadap filem tempatan telah meningkat, terutama pada tahun 2011 dan 2012. Berdasarkan kutipan filem terlaris, genre yang mendapat sambutan peminat tempatan ialah seram, komedi dan aksi. Antaranya ialah *The Journey* mencatatkan kutipan tertinggi berjumlah RM17.17 juta dan *KL Gangster* dengan kutipan sebanyak RM11.76 juta. Ini merupakan sejarah kerana kedua-duanya memperoleh kutipan melebihi RM10 juta.

Kita dapat lihat pelbagai genre filem akan keluar pada sesuatu tahun. Genre aksi, seram, romantik, komedi, muzikal dan sebagainya. Filem bergenre seram sangat banyak untuk pasaran tahun ini. Ini menunjukkan penonton menyukai filem seram dan mampu mendatangkan keuntungan berbanding filem genre lain. Tayangan filem seram untuk tahun ini mendominasi genre lain, contohnya *Khurafat*, *Sini Ada hantu*, *Karak*, *Momok Jangan panggil Aku*, *Penunggu Istana*, *Dilarang Masuk*, *Seru* dan *Senjakala* dan sebagainya. Jadi dapat dikatakan bahawa filem seram mendapat pasaran yang lebih baik dan disukai penonton. Filem *Khurafat* misalnya, mencatatkan kutipan sebanyak RM7.9 juta. Filem bergenre aksi seperti *Evolusi KL Drift* serta genre komedi *Adnan Sempit* juga mendapat tempat di hati penonton apabila mengutip masing-masing sebanyak RM7.66 juta dan RM5.67 juta. Pada saya penonton menyukai filem bergenre seram, aksi dan komedi. Pembikin filem pula cenderung



mengeluarkan genre seram kerana mengikut aliran semasa yang memperlihatkan filem seram sering memperoleh keuntungan.

(Din CJ)

Filem seram mula mendapat sambutan dengan *Pontianak Harum Sundal Malam*, arahan Datin Paduka Shuhaimi Baba yang menobatkan Maya Karin sebagai artis perempuan terbaik di Festival Filem Asia Pasifik pada tahun 2004. Ini diikuti sambungannya *Pontianak Harum Sundal Malam II* pada tahun 2005 dan kejayaan *Jangan Pandang Belakang* mencatatkan kutipan sebanyak RM7.8 juta. Namun, responden mempunyai pendapat mereka sendiri seperti yang berikut:

... hakikatnya filem hantu atau seram pun ok kerana ia satu genre yang boleh diterima di peringkat antarabangsa. Tapi biarlah filem yang benar-benar seram dan bukannya ada unsur komedi yang mencacatkan jalan cerita seperti filem *Zombie Kampung Pisang*. Lihat filem *Ju-Onn*, filem Jepun yang diadaptasi sebagai *The Grudge*, ia filem serius. Filem terbaharu *Histeria* boleh menjadi contoh filem seram tempatan yang boleh diangkat ke peringkat antarabangsa.

(Responden 22 - Nurul Adlina)

*I think local viewers are more interested in local horror genre is because we as Malaysian and as Asians do have some belief in the supernatural. and we do feel more connected with and understand films that relate to horror...well it is my opinion, it is what I see everyday...although we live in a modern society, and although we come from numerous backgrounds,*

*either race, or religion, we still do believe in the supernatural and when such movies are produced, we actually enjoy them....*

(Responden 10- Mariam)

Kejayaan *Jangan Pandang Belakang* (RM7.8 juta), *Ngangkung* (RM8.78 juta) dan *Hantu Kak Limah Balik Rumah* (RM8.8 juta) membuka mata banyak penerbit tempatan untuk menerbitkan lebih banyak filem seram dan seram komedi hingga menimbulkan lambakan filem seram tempatan. Populariti filem bergenre seram menyebabkan naratif itu juga dipindahkan ke televisyen. Banyak penerbit berlumba-lumba menghasilkan siri televisyen yang paling seram sehingga menimbulkan kegusaran kepada masyarakat. Malah, bekas Perdana Menteri, Tun Dr Mahathir Mohamad turut menegur perkara berkenaan kerana lambakan cerita hantu yang ditayangkan boleh mempromosikan kepercayaan karut yang tidak membantu membina masyarakat produktif, termasuk menyelesaikan masalah dengan pendekatan saintifik. Malah, lambakan cerita hantu yang berasaskan mitos banyak menyumbang kepada serangan histeria dalam kalangan pelajar perempuan Melayu. Ini juga akan menjadi penghalang kepada kemajuan pemikiran rakyat dan negara. Walau bagaimanapun, pandangan beliau tidak dipersetujui penggiat filem tanah air kerana mereka menyifatkan ia merupakan selera khalayak filem tempatan dan sebagai pembikin filem mereka hanya memenuhi selera berkenaan.

Selain filem seram, ada yang meminati genre komedi, thriller, romantik, aksi, pengembaraan dan animasi. Genre-genre ini amat popular dalam kalangan penonton kerana mampu memberikan kepelbagaian cerita yang mengandungi aspek pengajaran, pembelajaran dan hiburan untuk melepaskan tekanan akibat penat bekerja dan belajar.

Genre yang diminati ialah romantik, komedi, animasi dan aksi. Ini kerana ia menghiburkan, jalan cerita menarik dan ada yang menjadi sekuel terdahulu contohnya *Madagascar*, *James Bond* dan *Pirates of The Carribean*.

(Responden 22 - Nurul Adlina)

Filem romantik dan kemasyarakatan sebab ianya menarik, dapat bermain dengan perasaan, memberikan pendidikan secara tidak langsung kepada masyarakat melalui jalan penceritaan, boleh membawa mesej yang bagus.

(Responden 23- Suria)

Aksi dan *thriller*. Kerana kagum dengan teknologi dalam filem yang ditampilkan yang jauh berbeza dengan filem aksi tempatan.

(Responden - Norazrin)

*Action*, *romance*, fantasi, animasi, adaptasi daripada realiti atau novel kerana jalan cerita yang lebih menarik, dramatik dan mempengaruhi mood penonton dengan sound system yang ditonjolkan.

(Responden 29 - Norzahidah)

Genre fantasi, kerana genre fantasi Malaysia sangat jauh ketinggalan berbanding genre terbitan Hollywood seperti *Harry Porter* dan *Lord of The Ring*.

(Responden 21 - Rosmalis)

Responden 15 (Intan Syazwina) pula cenderung pada genre feminisme yang disifatkan mampu mengangkat martabat wanita kerana kepintaran dan ketabahan yang dipaparkan menerusi filem. Menurutnya,

Genre feminisme dan suspens kerana sebagai penonton saya lebih sukakan filem yang mempunyai unsur feminisme dan suspens kerana dalam filem berunsurkan suspens, penonton tidak akan bosan dengan setiap scene yang ditonjolkan. Dalam filem yang bergenre feminisme pula, saya gemar menonton realiti yang berlaku pada wanita. Contohnya filem *Purple* yang memaparkan kisah-kisah besar wanita kulit hitam yang sering ditindas.”

Responden 12 (Kavirajan) pula menggemari genre romantik dan komedi kerana dapat melepaskan tekanan perasaan dan merehatkan minda selepas penat bekerja.

Romantik dan komedi. Ini kerana ia dapat merehatkan minda dan melupakan masalah dan semasa menonton dapat menyelami diri dalam cerita itu, seolah-olah kita adalah karakter itu. Amat meminati genre komedi kerana ia dapat menenangkan fikiran dan melupakan masalah.

Walaupun khalayak filem tempatan menjadikan filem Hollywood sebagai penanda aras untuk menilai filem tempatan berdasarkan pendedahan meluas mereka terhadap filem Hollywood yang diimport, mereka mahu penggiat filem tempatan bersikap seperti pembikin filem luar negara yang sentiasa mencari idea segar dan baharu, menggunakan kesan khas dan teknologi canggih. Bagi mereka, perkara yang paling utama adalah filem Melayu harus mencerminkan nilai dan ciri kemelayuan dan Islam serta tidak perlu

meniru filem Barat dari segi tema, jalan cerita, corak lakonan atau gaya pengarahannya. Mereka tidak mahu adegan 'intimacy' dipapar secara terang-terangan, sebaliknya boleh dilambangkan secara kreatif menerusi kaedah dan teknik tertentu.

Ya saya rasa dapat menyaingi filem luar jika diberi sokongan penuh dari industri media dan juga kerajaan serta orang ramai. Walaupun Malaysia merupakan sebuah negara di mana pasarannya yang kecil, namun itu bukan penghalangnya. Selagi ada jiwa perfileman di kalangan masyarakat Malaysia dan juga nilai moral tinggi di kalangan masyarakat maka saya rasa tiada masalah bagi Malaysia menyaingi filem luar negara. Sebagai contoh jika Jepun dan juga baru-baru ini Thailand dan Singapura mengapa Malaysia tidak?

(Responden 20 - Hanafi)

BH: “ Filem Malaysia, kalau hendak masuk ke Thailand memang susah. Masalahnya bahasa. Kita kena buat alih bahasa satu. And then dia punya filem Thailand, dia punya tahap level dah macam filem Korea tau. Sekarang ni tengah 'boom' filem dari Korea Selatan, filem dari China semua tu kan. Tahap filem Thailand sama seperti filem Korea. Filem Indonesia pula laku di Malaysia, sebab jalan ceritanya. Macam filem yang berunsurkan cinta contohnya *Bila Cinta Bertasbih*, *Ayat-ayat Cinta*. Filem Malaysia dalam Malaysia saja. Tidak dapat hendak dikeluarkan. Kalau nak dikeluarkan dia kena produser filem tempatan kena menghasilkan kualiti seni, filem yang boleh buat kita berfikir. Macam filem Yasmin Ahmad tetapi itu pun belum tentu akan berjaya

promosi di luar negara. Maksudnya di rantau Asia Tenggara. Sebab karya filem Malaysia dibandingkan filem Thailand, Filipina, Indonesia kualiti diorang lagi tinggi tau. Kalau *youtengok* dekat pawagam, filem-filem asing, kebanyakan filemnya berkualiti dari segi bunyi, jalan ceritanya. Kalau filem Malaysia ni, dia hanya berkembang di dalam Malaysia sahaja. Itu pandangan peribadi sayalah”.

...genre kehidupan rakyat Malaysia yang boleh memaparkan identiti Malaysia dan bukan sahaja hanya memaparkan genre percintaan.

(Responden 15 - Intan Syazwina)

...aksi dan produk filem bercorak rakyat.

(Responden 16 - Fazidah)

Kejayaan Filipina, Thailand dan Indonesia mengeksport filem atau drama mereka ke luar negara kerana adanya diaspora kaum mereka ke luar negara. Diaspora ini memudahkan kemasukan filem berkenaan ke negara asing kerana penonton hendak menonton filem/drama yang boleh dihubungkan dengan budaya mereka. Inilah yang berlaku di Malaysia. Drama dan filem dari negara berkenaan masuk ke negara ini kerana adanya rakyat dari sana mencari rezeki di negara ini. Ini juga merupakan formula kejayaan tele novela yang disebabkan diaspora kaum Hispanic, Portugis atau Sepanyol ke negara seperti Amerika Syarikat. Filem yang pada mulanya dihasilkan untuk tontonan kaum berkenaan, kemudian ditiru dan dijadikan filem popular untuk tontonan masyarakat selepas popularitinya memuncak.

### **6.3 Dapatan Soal Selidik Kuantitatif**

Analisis dilakukan terhadap 146 borang soal selidik yang dikembalikan atau dijawab oleh responden yang terdiri daripada penonton filem. Borang berkenaan diedarkan sekitar 1 Mac 2013 hingga 30 Mei 2013. Dapatan soal selidik yang diperoleh ini bertujuan untuk menjawab persoalan nombor 3 dan nombor 4 persoalan penyelidikan seperti yang dinyatakan dalam bab 1, iaitu:

- i. Sejauh mana nilai Barat diterima khalayak penonton tempatan?
- ii. Bagaimanakah unsur kedekatan budaya mempengaruhi pola pemilihan tontonan antara filem Malaysia atau Hollywood dalam kalangan khalayak tempatan?

#### **6.3.1 Profil Responden**

Berdasarkan analisis soal selidik yang dijalankan, responden terdiri daripada 63 peratus wanita (92 orang) dan 37 peratus lelaki (54 orang). Kebanyakannya berumur antara 20 tahun hingga 30 tahun, iaitu sebanyak 83.6 peratus, diikuti dengan mereka yang berumur antara 30 tahun hingga 40 (7.5 peratus), 15 tahun hingga 0 tahun (5.5 peratus), lebih 40 tahun (3.4 peratus). Seramai 86.9 peratus daripada responden tidak bekerja manakala 3.5 peratus bekerja di sektor swasta, 5.5 peratus di sektor kerajaan, tujuh peratus berniaga dan 4.1 peratus bekerja sendiri.

Dari segi pendapatan, 70.5 peratus memiliki pendapatan kurang daripada RM2,000 manakala 16.0 peratus memiliki pendapatan antara RM2,000 hingga RM3,000 sebulan. Selain itu, 6.0 peratus berpendapatan antara RM3,000 hingga RM4,000, manakala 5.5 peratus berpendapatan antara RM5,000 hingga RM6,000 sebulan dan 2 peratus berpendapatan melebihi RM7,000.

Dari segi pendidikan pula, responden yang memiliki ijazah ialah sebanyak 46 peratus, diikuti dengan diploma (39 peratus), Sijil Pelajaran Malaysia (7.5 peratus),

doktor falsafah (1 peratus), sarjana (3.5 peratus) dan Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (3 peratus). Peratusan yang tinggi dicatatkan bagi pemegang ijazah dan diploma kerana lokasi pawagam yang berada di kawasan pinggir bandar (*sub-urban*) yang secara umum didiami oleh golongan menengah dan elit yang memiliki pendidikan tinggi.

### **6.3.2 Pola Tontonan**

Dapatan tinjauan mendapati bahawa kebanyakan responden menonton wayang—sama ada Hollywood atau tempatan—untuk berhibur (32.9 peratus) dan melepaskan tekanan (20.5 peratus). Namun ada menonton kerana minat terhadap jalan cerita (17.1 peratus), penggunaan teknologi (15.1 peratus), tertarik dengan promosi yang dilakukan (11.6 peratus), di samping minat terhadap pelakon yang membintangi sesebuah filem (2.7 peratus). Dapatan ini selari dengan perbincangan kumpulan fokus yang dijalankan yang menunjukkan majoritinya menonton untuk tujuan berhibur dan melepaskan tekanan selepas seharian penat bekerja. Malah ini hampir sama dengan kajian oleh Fauziah Kartini (2009) yang mengkategorikan pola tontonan filem seperti yang berikut:

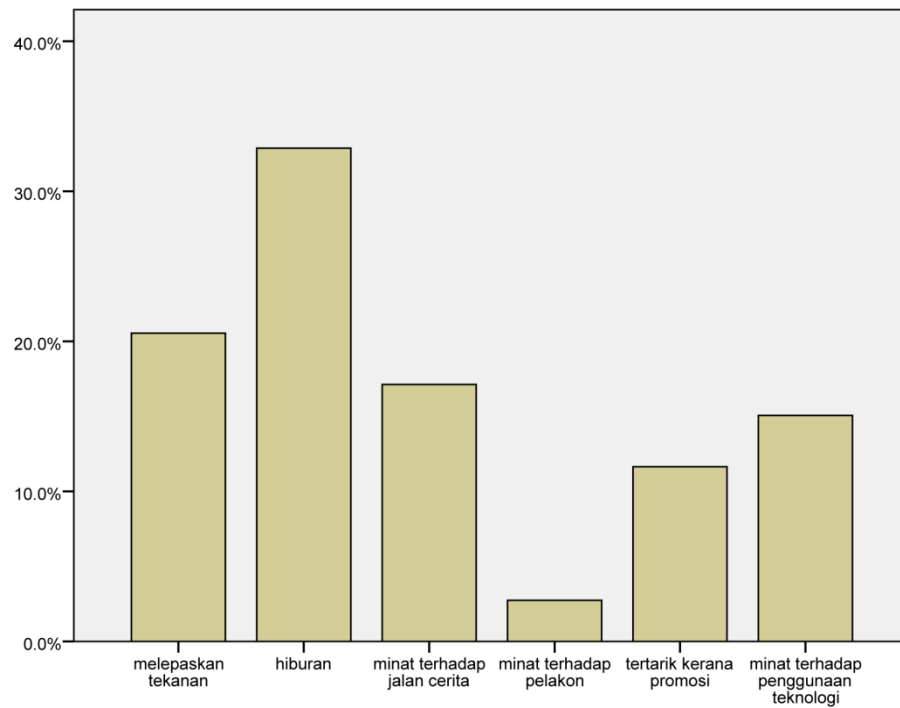
- i. penonton cerita—kumpulan yang menonton di negara ini kerana mengutamakan mesej atau cerita yang disampaikan. Aspek cerita yang disampaikan akan mempengaruhi sama ada filem yang ditonton itu disukai atau tidak.
- ii. penonton hiburan—tidak mengambil berat mengenai isi kandungan cerita dan mesej sesebuah filem kerana mereka menonton hanya untuk mencari hiburan, mengurangkan tekanan, serta atas dasar keseronokan semata-mata. Tujuan menonton filem cereka bagi mereka adalah untuk melarikan diri daripada masalah dalam kehidupan dengan objektif utama mendapatkan ketenangan tidak kira sama ada kekal atau hanya bersifat sementara. Bagi



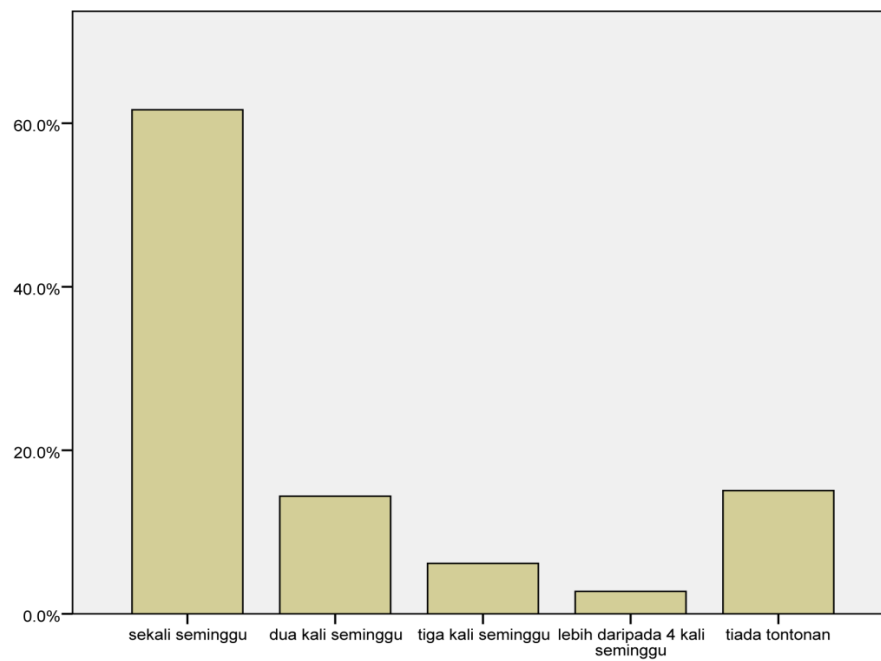
golongan ini apa saja filem ditonton sama ada filem tempatan atau antarabangsa akan ditonton.

- iii. penonton teknikal—mengutamakan aspek teknikal iaitu melihat filem berdasarkan aspek pembikinan filem berkenaan seperti teknik dan teknologi, lakonan, arahan, serta sifat intrinsik filem itu sendiri seperti suntingan, penggunaan kamera, lokasi, skor muzik dan lagu tema. Kebanyakan mereka yang menonton bagi tujuan ini, adalah golongan yang amat meminati filem dan amat kritis kepada filem itu sendiri. Berbanding dengan penonton cerita dan hiburan, penilaian golongan ini lebih menyeluruh berbanding penonton cerita dan hiburan.

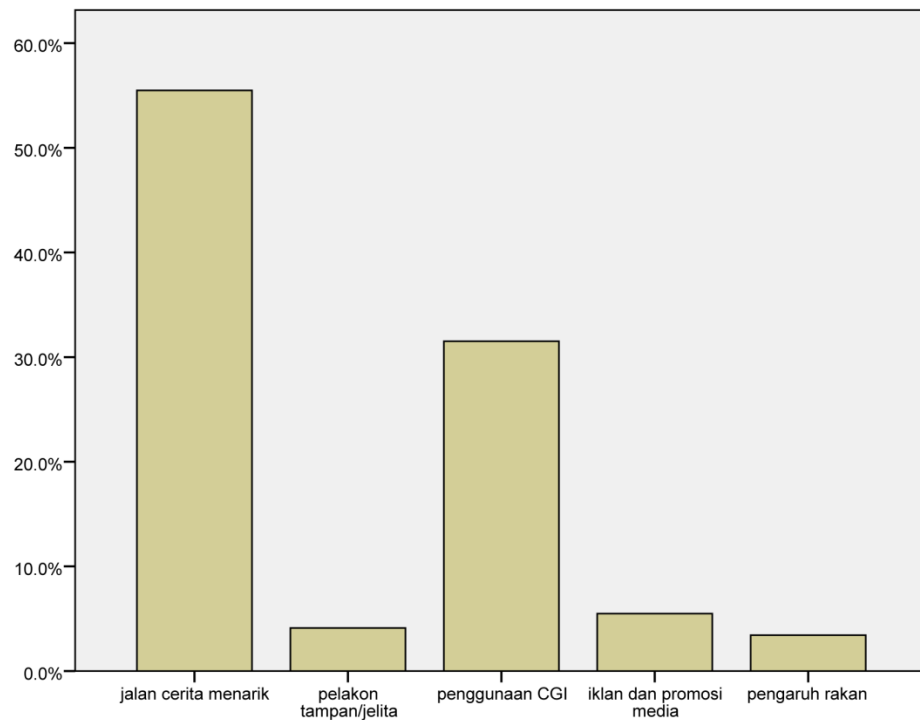
Majoriti responden menonton filem Hollywood sekurang-kurangnya sekali dalam seminggu, iaitu membabitkan 61.6 peratus responden. Namun ada yang menonton sebanyak dua kali seminggu (14.4 peratus), tiga kali seminggu (6.2 peratus), dan lebih empat kali dalam seminggu (2.7 peratus). Ini kerana jalan ceritanya yang menarik (55.5 peratus) dan menggunakan CGI (33.5 peratus). Selain itu, ada juga yang terpengaruh dengan iklan dan promosi (5.5 peratus) yang dipaparkan di media massa, pelakonnya (4.1 peratus) di samping pengaruh rakan (3.4 peratus). Hanya 15.1 peratus daripada responden tidak langsung menonton filem terbitan Hollywood (Rajah 6.3).



**Rajah 6.2:** Sebab utama menonton wayang

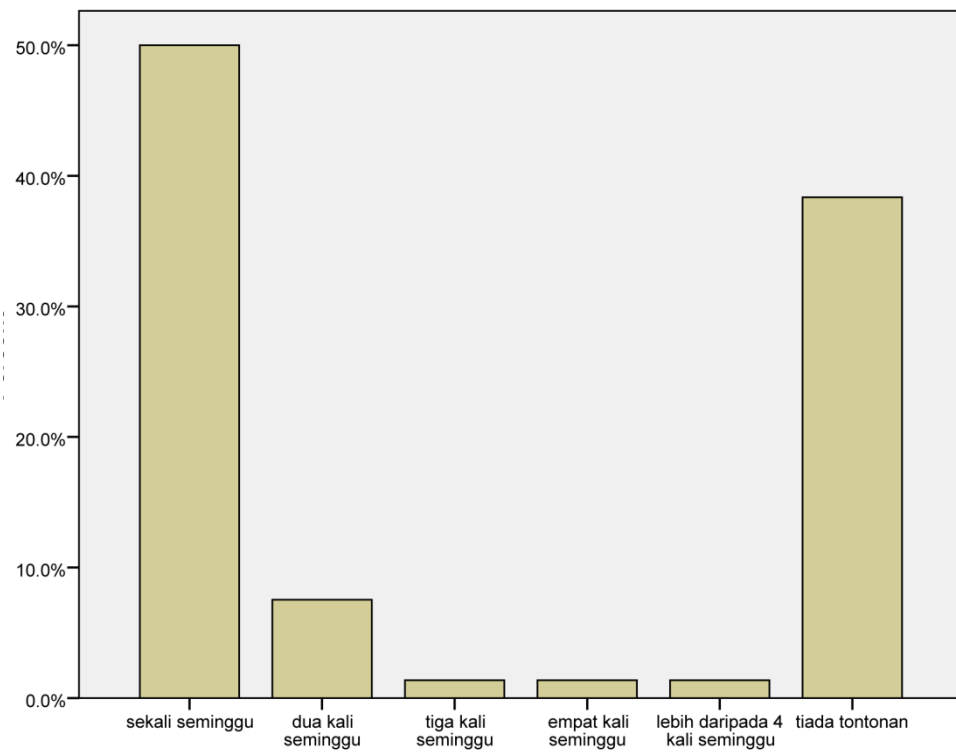


**Rajah 6.3:** Kekerapan menonton filem Hollywood

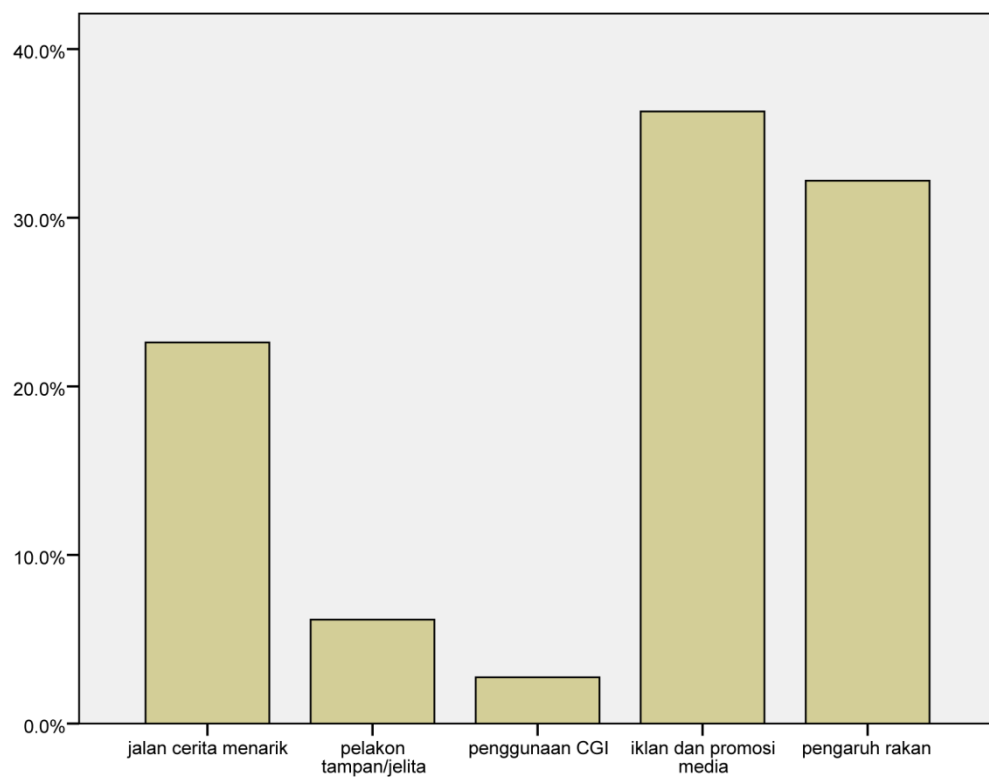


**Rajah 6.4:** Sebab menonton filem Hollywood

Pola kekerapan tontonan filem tempatan juga hampir sama dengan tontonan filem Hollywood. Analisis tinjauan (Rajah 6.5) mendapati bahawa seramai 61.6 peratus responden menonton filem tempatan dengan kekerapan paling tinggi ialah sekali dalam seminggu (50 peratus), diikuti dengan dua kali seminggu (7.5 peratus), tiga kali seminggu dan empat kali seminggu (1.4 peratus masing-masing). Namun tiada tontonan mencatatkan jumlah 39 peratus berdasarkan responden daripada kaum Cina yang tidak menonton filem Melayu. Berbeza dengan pola tontonan filem Hollywood, jika dilihat Rajah 6.6, sebab utama responden tertarik menonton filem tempatan adalah kerana iklan dan promosi (36.3 peratus) dan pengaruh rakan (32.2 peratus). Hanya 22.6 peratus disebabkan faktor jalan cerita, tertarik dengan pelakon (6.2 peratus), dan penggunaan CGI (2.7 peratus). Malah, peratus tontonan filem tempatan adalah lebih rendah kerana 38.4 peratus daripada responden tidak langsung menonton filem tempatan. Ini menunjukkan kekerapan menonton filem tempatan tidak sekerap Hollywood walaupun dua judul filem tempatan ditayangkan serentak pada setiap minggu.

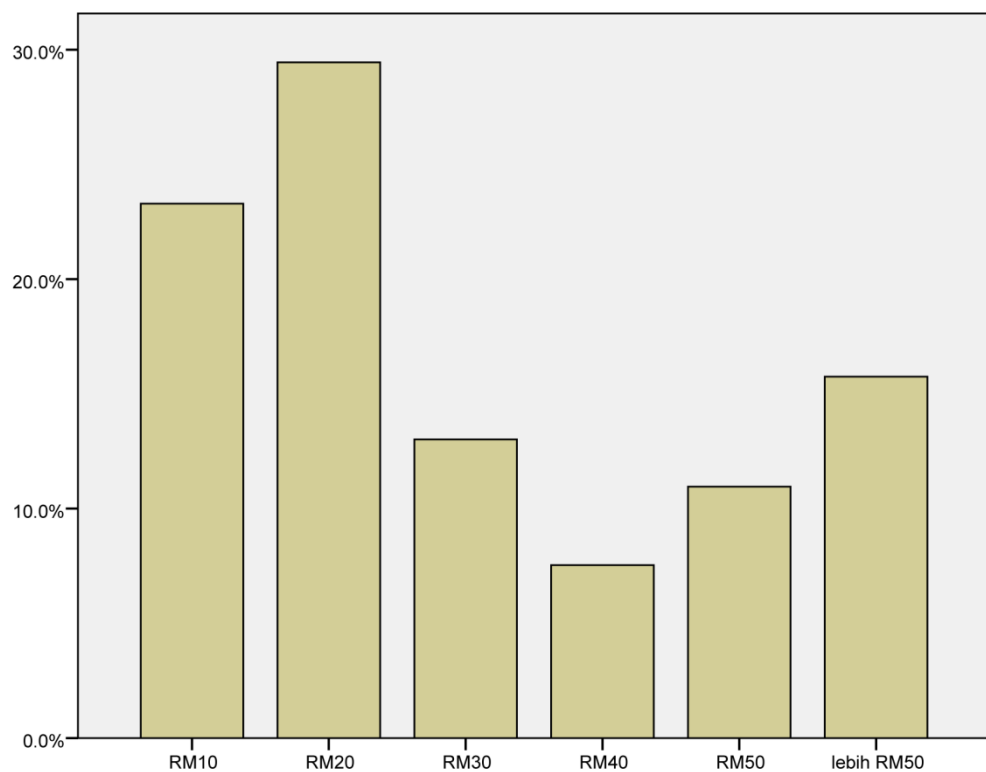


**Rajah 6.5:** Kekerapan tontonan filem tempatan



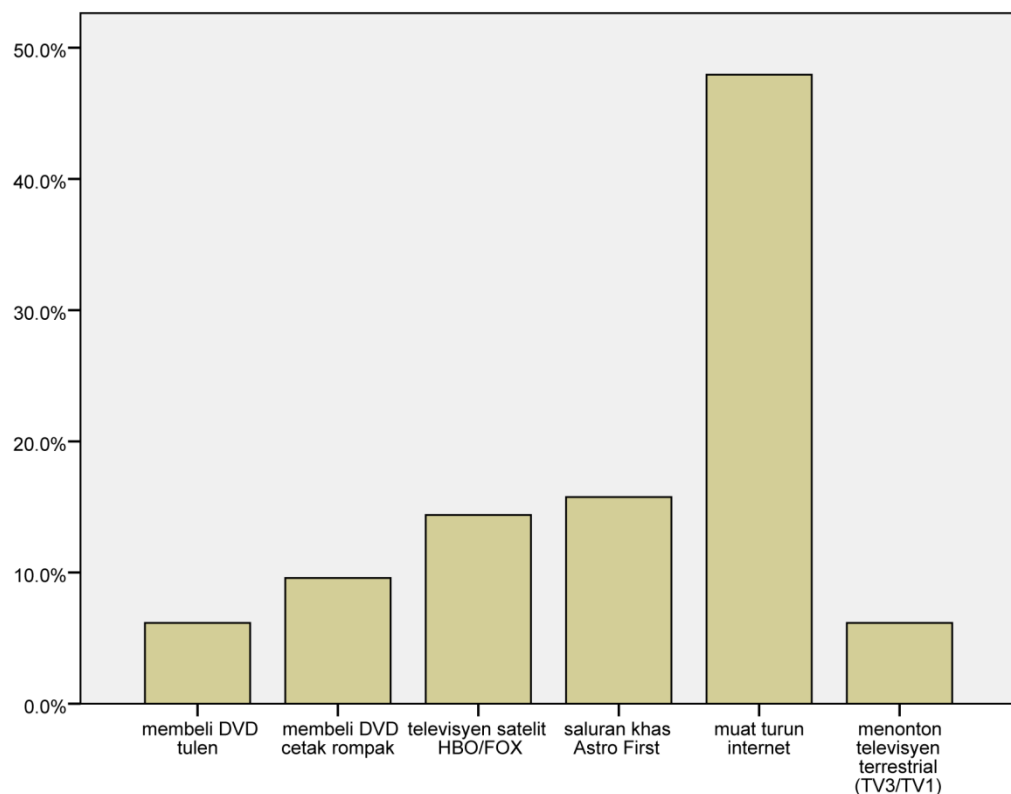
**Rajah 6.6:** Sebab menonton filem tempatan

Dalam hal ini, majoriti responden membelanjakan sebanyak RM20 sebulan dan RM10 sebulan, iaitu 29.5 peratus dan 23.3 peratus bagi membeli tiket untuk menonton wayang. Namun, ada juga yang berbelanja lebih daripada RM50 sebulan (15.8 peratus), RM30 sebulan (13 peratus), RM50 sebulan (11 peratus) dan RM40 (7.5 peratus) untuk tujuan ini. Perbezaan perbelanjaan itu menunjukkan bahawa harga tiket adalah berbeza berdasarkan lokasi pawagam. Selain itu ada juga pawagam yang menyediakan perkhidmatan tambah nilai (*value-added*) seperti perkhidmatan eksklusif termasuklah sofa, minuman dan snek yang dihidangkan kepada penonton di samping mengehadkan jumlah bilangan penonton, terutama bagi tayangan premier. Namun, secara purata harga tiket adalah RM10 di seluruh negara.



**Rajah 6.7:** Perbelanjaan bulanan bagi menonton wayang

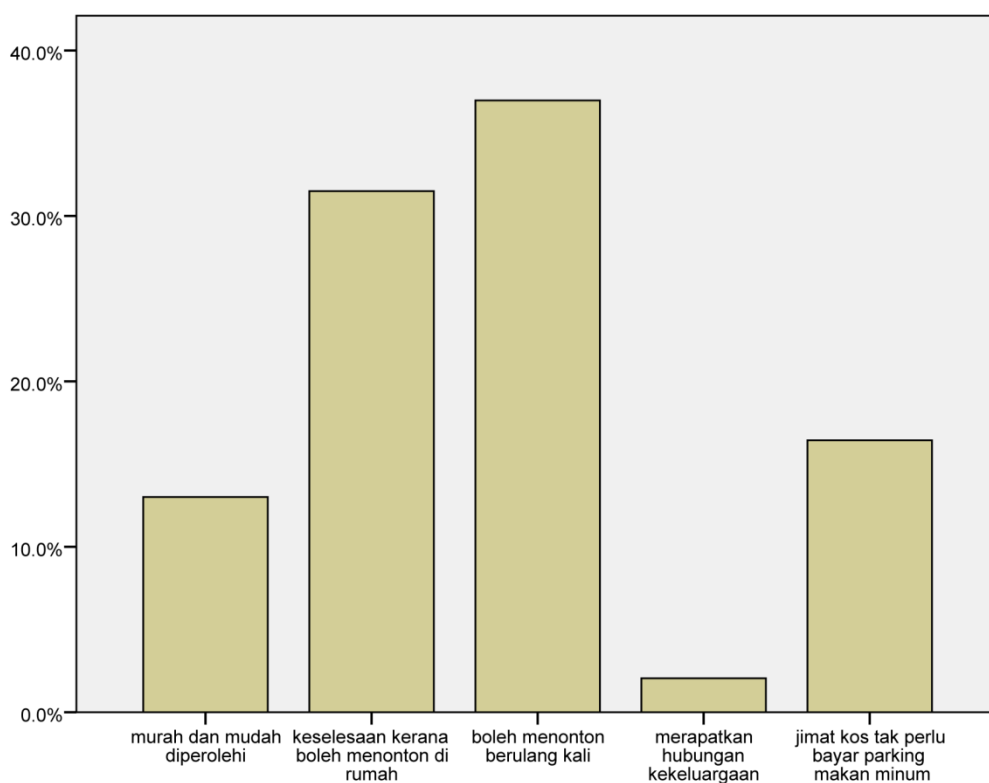
Namun, pawagam bukan satu-satunya cara atau tempat bagi mereka menonton wayang gambar atau filem. Dengan kemajuan pesat teknologi maklumat dan komunikasi, filem boleh ditonton melalui pelbagai cara, termasuklah dengan memuat turunkannya dari Internet (seperti Torrent.com) atau menerusi saluran FOX/HBO dan Astro First (filem tempatan). Dapatan soal selidik menunjukkan selain pawagam, majoriti responden (47.9 peratus) menonton sesebuah filem melalui proses muat turun di Internet. Namun, ada juga yang menonton menerusi saluran Astro First (15.8 peratus), televisyen satelit HBO/FOX (14.4 peratus), televisyen terrestrial (6.2 peratus) dan DVD tulen (6.2 peratus). Selebihnya, iaitu 9.6 peratus lagi menonton filem dengan membeli DVD cetak rompak.



**Rajah 6.8:** Sumber filem yang ditonton

Terdapat beberapa sebab responden tidak menonton filem di pawagam. Sebab utama menurut mereka ialah boleh menontonnya berulang kali (37 peratus) menerusi Internet

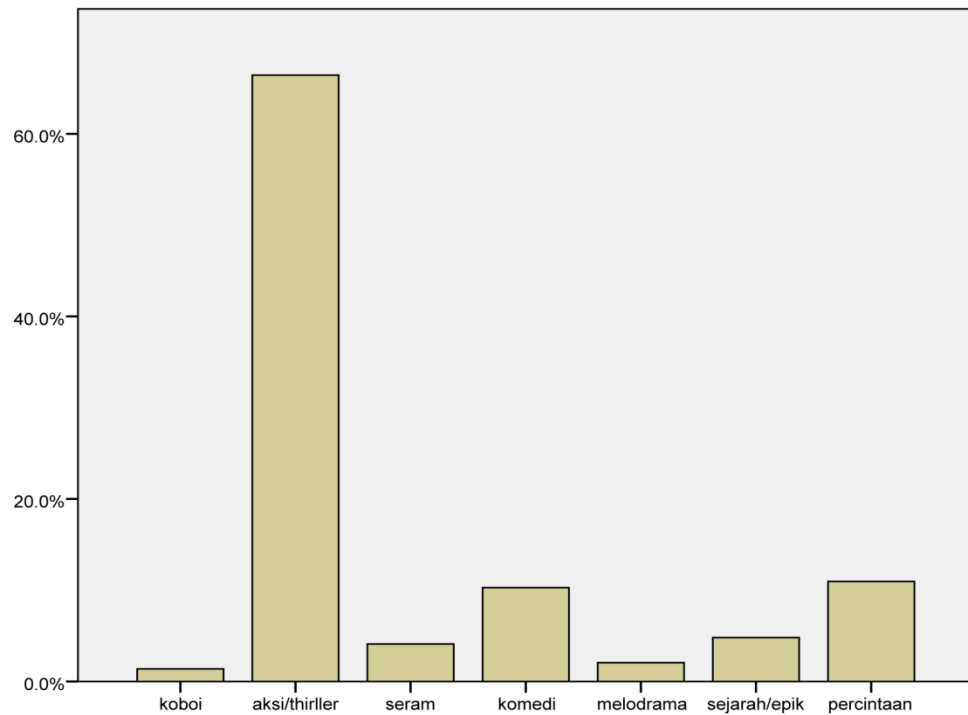
di samping dapat menonton dengan selesa di rumah (31.5 peratus). Selain itu ada yang menyatakan bahawa ini dapat menjimatkan kos kerana tidak perlu membayar tempat letak kereta, makanan dan minuman (16.4 peratus), boleh membeli DVD yang murah serta mudah diperolehi (13 peratus), serta dapat merapatkan hubungan kekeluargaan (2.1 peratus).



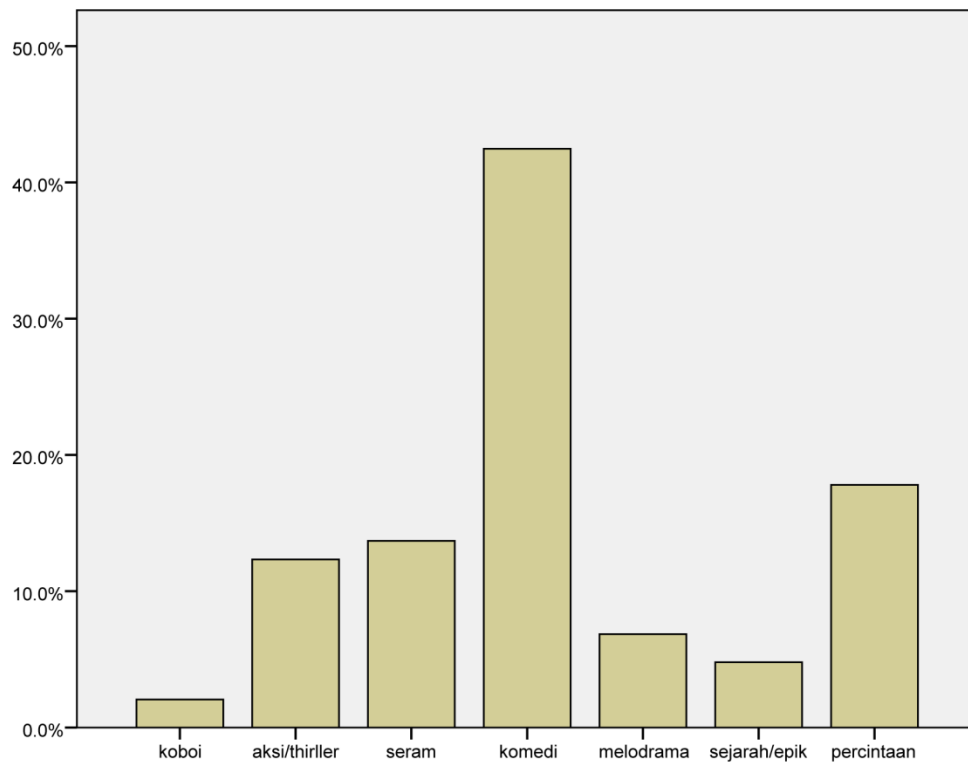
**Rajah 6.9:** Sebab tidak menonton di pawagam

Bagi genre yang diminati untuk filem Hollywood, ternyata khalayak tempatan amat meminati genre aksi/*thriller*, iaitu sebanyak 66.4 peratus diikuti genre percintaan (11 peratus), komedi (10.3 peratus), sejarah/epik (4.8 peratus), seram (4.1 peratus), melodrama (2.1 peratus) dan koboi (1.4 peratus). Berbeza dengan filem tempatan, ternyata genre komedi menjadi pilihan (42.5 peratus) diikuti genre percintaan (17.8 peratus), seram (13.7 peratus), aksi/*thriller* (12.3 peratus), melodrama (6.8 peratus) dan

sejarah/epik (4.8 peratus). Genre komedi menjadi pilihan kerana tujuan utama mereka ke pawagam menonton filem kerana berhibur dan melepaskan tekanan kerja.



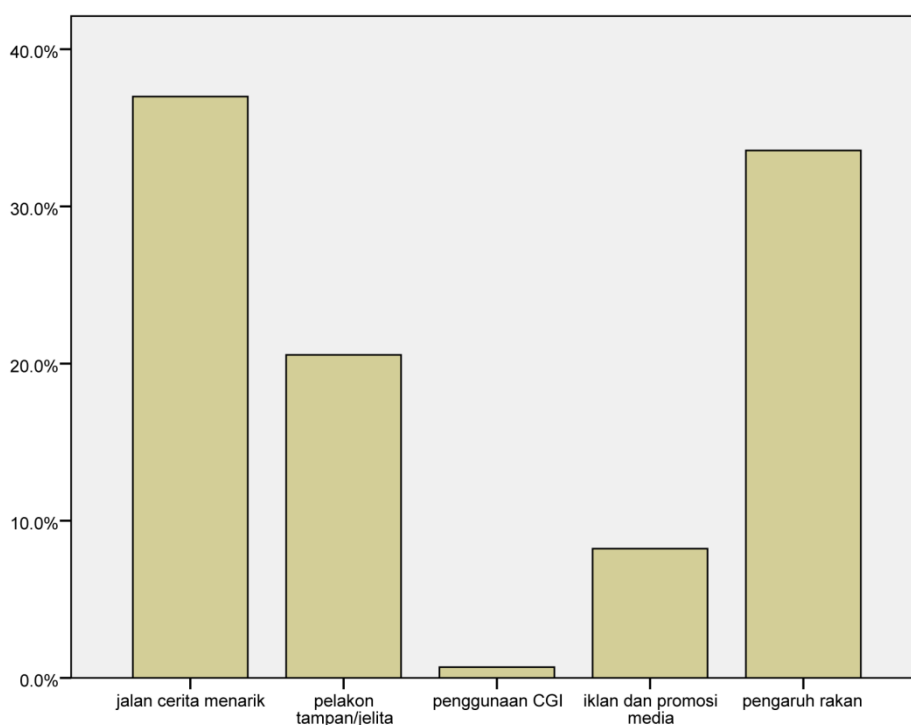
**Rajah 6.10:** Genre filem Hollywood yang diminati



**Rajah 6.11:** Genre filem tempatan yang diminati



Selain Hollywood dan filem tempatan khalayak tempatan juga gemar menonton filem terbitan Bollywood. Daripada soal selidik yang diperolehi, 37 peratus daripada responden (54 orang) tertarik pada jalan ceritanya manakala 33.6 peratus (49 responden) disebabkan pengaruh rakan. Selain itu, sebanyak 20.5 peratus (30 responden) menonton kerana ingin menyaksikan kejelitaan pelakon, 8.2 peratus (12 responden) kerana iklan dan promosi, dan 0.7 peratus (satu responden) kerana penggunaan CGI.

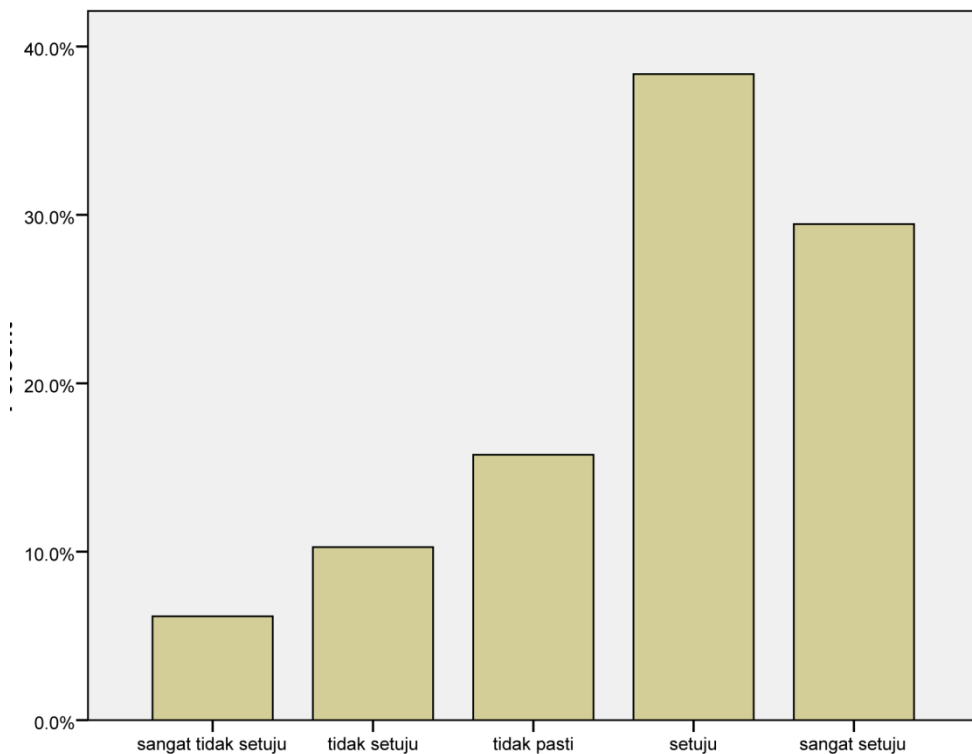


**Rajah 6.12:** Sebab filem Bollywood digemari

Filem Hong Kong pula ditonton kerana sebab yang hampir sama, iaitu jalan ceritanya (38.4 peratus atau 56 responden) dan pengaruh rakan (30.8 peratus atau 45 responden). Selebihnya disebabkan iklan dan promosi (15.8 peratus atau 23 responden), pelakon (8.9 peratus atau 13 responden), dan penggunaan CGI (6.2 peratus atau 9 responden).

Memandangkan Malaysia mengamalkan pasaran bebas, apa-apa filem luar yang sesuai bebas diimport dan dibawa masuk dengan syarat mendapat kelulusan Lembaga Penapisan Filem dan ada pangsang yang bersetuju menayangkannya. Ini ditambah pula

dengan adanya tiga kaum terbesar, iaitu Melayu, Cina dan India yang menyebabkan masing-masing ingin melihat filem yang menggambarkan budaya mereka. Oleh itu, setiap tahun dianggarkan 300 judul filem asing termasuk filem Hollywood dibawa masuk ke negara ini. Ini dilihat mampu meminggirkan filem tempatan.

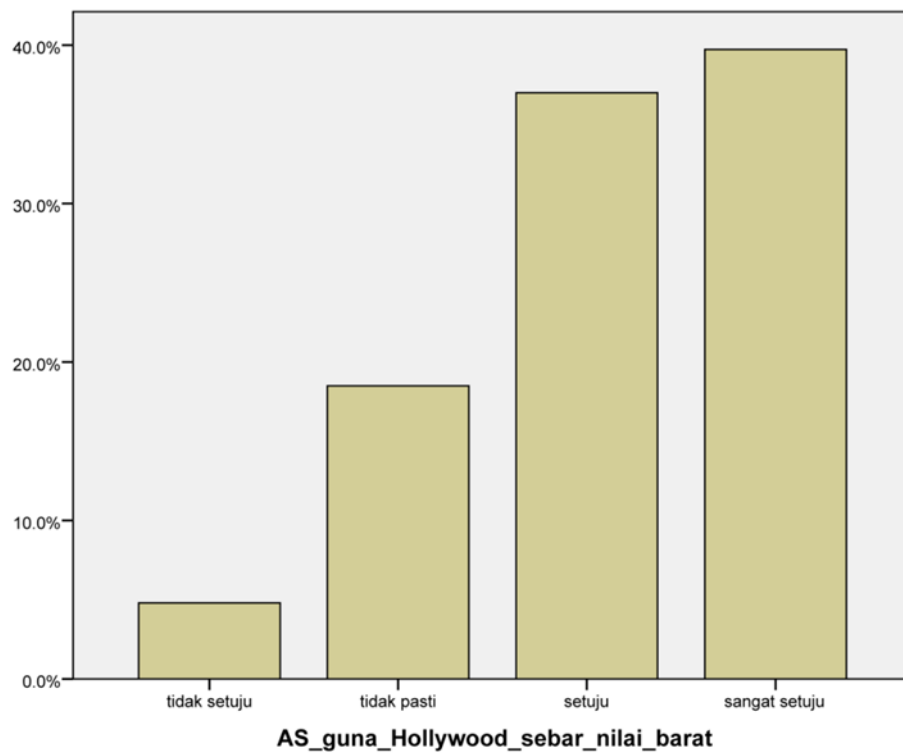


**Rajah 6.13:** Filem Hollywood meminggirkan filem tempatan

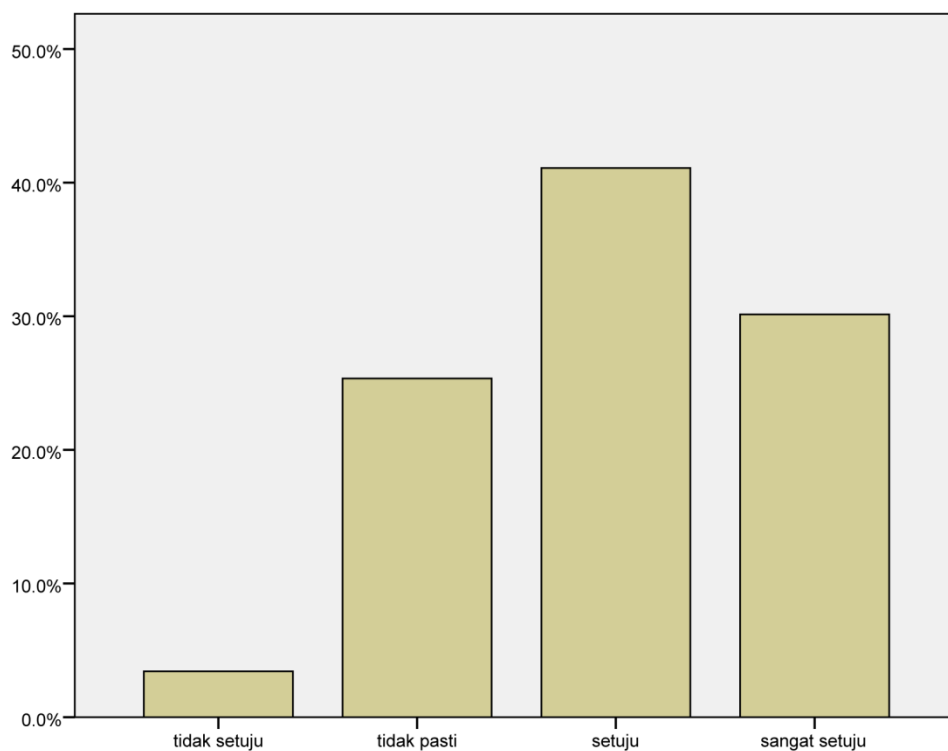
Dapatan tinjauan mendapati 38.4 peratus ( 56 responden) bersetuju dan 29.5 peratus (43 responden) sangat setuju bahawa kemasukan filem asing meminggirkan filem tempatan tetapi 15.8 peratus (23 responden). Namun terdapat responden yang tidak pasti (10.3 peratus atau 15 responden), tidak bersetuju dan sangat tidak bersetuju (6 peratus). Berdasarkan pola tontonan di negara ini yang terpisah-pisah, kutipan filem Hollywood dan luar negara umumnya lebih tinggi berbanding filem tempatan. Jika ini terus berlaku, filem tempatan akhirnya akan terpinggir.

### **6.3.3 Penyebaran Nilai Barat dan Penerimaannya oleh Penonton**

Hollywood menggunakan filem terbitannya sebagai medium untuk mengetengahkan nilai Barat kepada khalayak yang menontonnya di seluruh dunia. Kemasukan filem Hollywood ke Malaysia dan populariti yang ada menyebabkannya menjadi pilihan kepada khalayak penonton filem tempatan. Sarjana komunikasi seperti Schiller dan Mattelart (1986) melihat banjir filem Hollywood ke seluruh dunia akan menyebabkan berlakunya penjajahan budaya, iaitu berlakunya kemasukan budaya asing ke dalam masyarakat tempatan menerusi media massa yang mungkin menggantikan budaya tempatan itu. Ini dipersetujui oleh majoriti responden (sangat setuju=39.7 peratus; setuju=37 peratus) bahawa Hollywood menjadikan filem terbitannya sebagai ejen kepada penyebaran nilai Barat. Walau bagaimanapun 18.5 peratus responden tidak pasti dan 4.8 peratus tidak bersetuju dengan pendapat berkenaan.

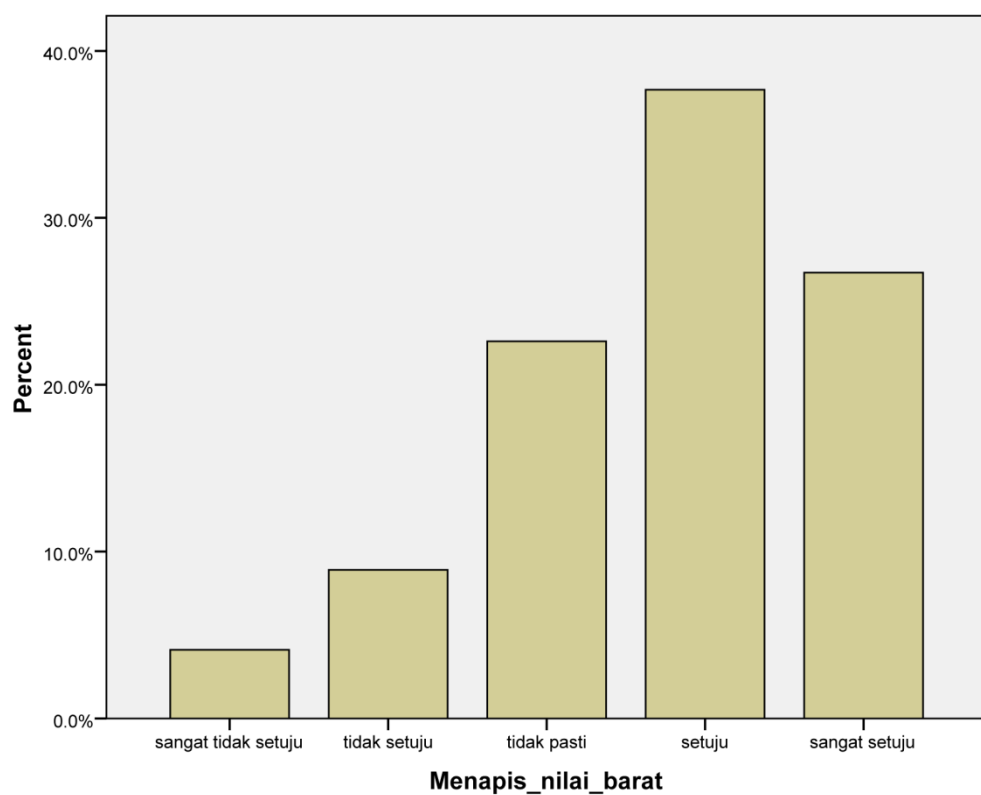


**Rajah 6.14:** Amerika Syarikat guna Hollywood sebar nilai Barat



**Rajah 6.15:** Nilai Individualisme dan Hedonisme

Antara nilai yang dibawa oleh filem Hollywood ialah individualisme dan hedonisme (fahaman atau kelakuan yang mementingkan keseronokan atau kesenangan hidup) yang amat bertentangan dengan nilai masyarakat Malaysia. Soal selidik yang dijalankan mendapati 41.1 peratus atau 60 responden bersetuju manakala 30.1 peratus atau 44 responden sangat bersetuju bahawa Hollywood menyebarkan nilai individualisme dan hedonisme. Namun 25.3 peratus atau 37 responden tidak pasti manakala 3.4 peratus atau lima responden tidak bersetuju dengan pendapat ini (Rajah 6.15).



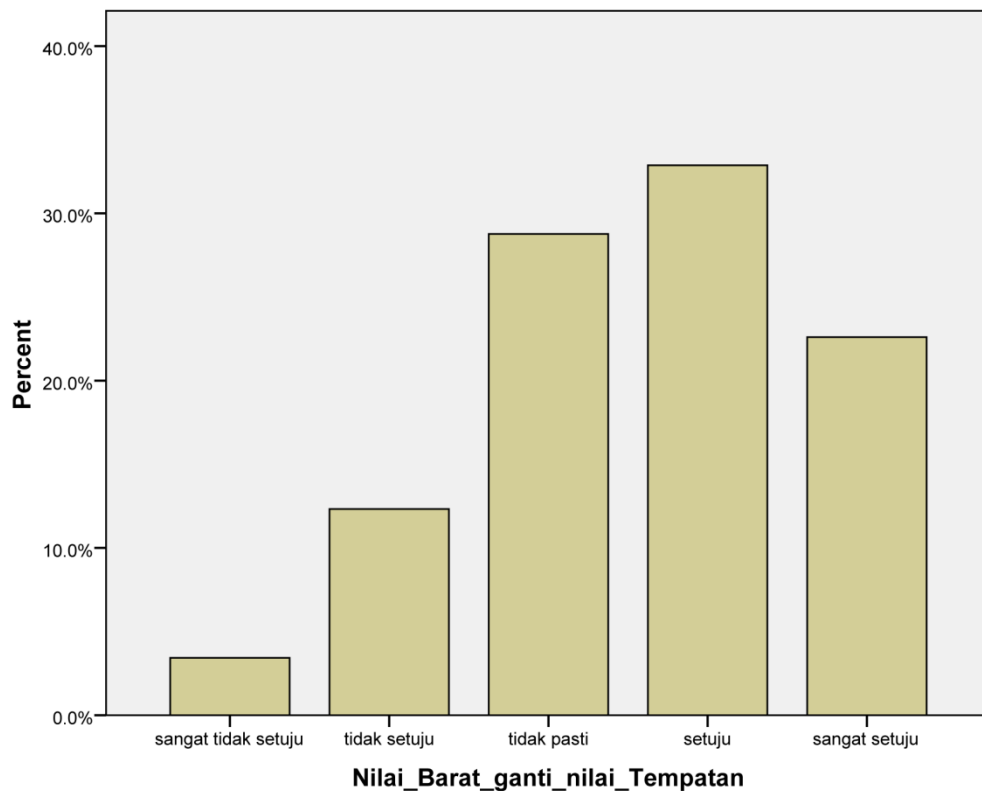
**Rajah 6.16:** Penapisan nilai Barat

Walaupun pendedahan yang tinggi nilai Barat terhadap khalayak tempatan menerusi filem yang ditonton, dapatan soal selidik mendapati responden tidak menerima nilai berkenaan sepenuhnya atau secara terus (Rajah 6.16). Sebanyak 37.7 peratus (55 orang) bersetuju dan 26.7 peratus (39 orang) sangat bersetuju bahawa mereka menapis nilai yang ditonton. Namun peratus yang tidak pasti juga agak banyak, iaitu 22.6 peratus (33

orang). Hanya 8.9 peratus (13 orang) yang tidak bersetuju dan 4.1 peratus (6 orang) sangat tidak bersetuju dengan kenyataan ini. Oleh itu, ini menunjukkan bahawa khalayak secara aktif menapis setiap nilai yang ada selari dengan teori khalayak aktif. Mereka lazimnya akan mencari nilai yang sesuai dengan nilai tempatan. Jika dilihat dari segi hubungan antara tahap pendidikan dengan penerimaan nilai Barat filem Hollywood, korelasi Pearson (- 0.234 manakala Sig 2 tailed = 0.04) menunjukkan tiada korelasi antara kedua-duanya. Ini kerana ada individu yang berpendidikan rendah tapi mampu menolak nilai berkenaan.

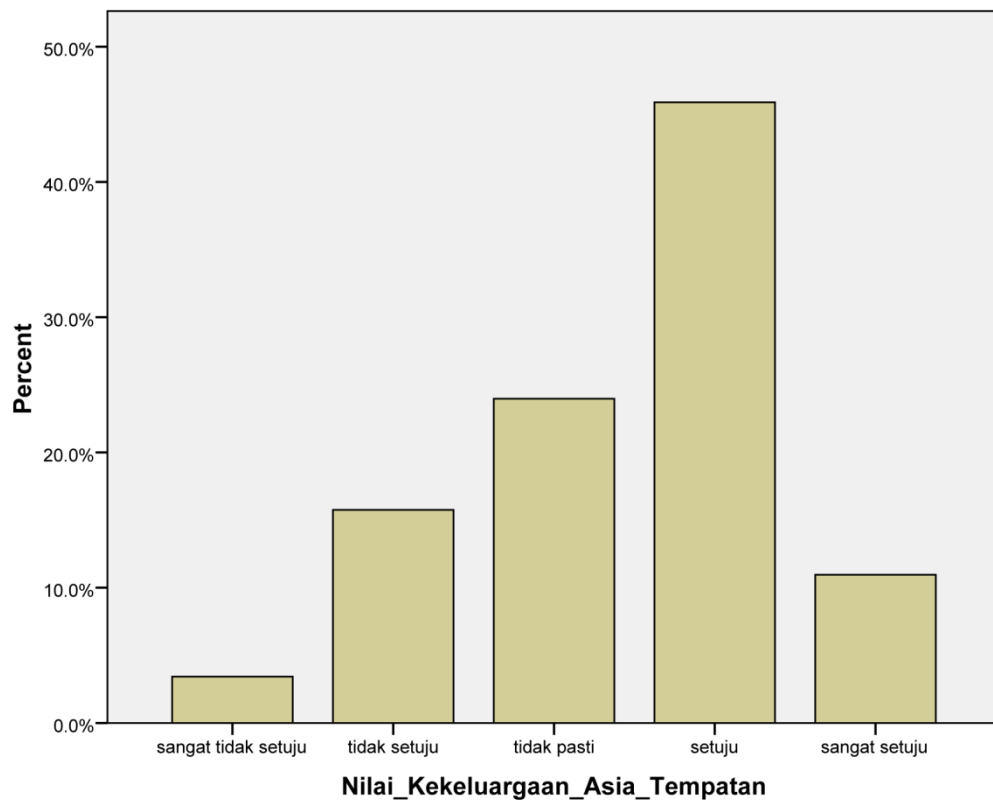
**Jadual 6.4:** Korelasi antara tahap pendidikan dengan penerimaan nilai Barat dalam filem Hollywood

	Tahap pendidikan	Menerima terus nilai barat
Tahap pendidikan    Pearson Kolerasi Sig. (2-tailed) N	1  146	-.234 .004 146
Terima nilai barat    Pearson Kolerasi Sig.(2-tailed) N	-.234 .004 146	1  146



**Rajah 6.17:** Nilai Barat menggantikan nilai tempatan

Pendedahan berterusan nilai Barat yang disalurkan menerusi filem ditakuti akan meresap masuk ke dalam masyarakat secara halus tanpa disedari. Ini kerana budaya adalah dinamik dan boleh diganti dengan budaya baharu jika budaya tempatan berkenaan tidak dipelihara. Kebanjiran kandungan dari Hollywood ke dalam media massa tempatan dan kemasukan filem Hollywood tanpa kawalan akan menyebabkan berlakunya perubahan ini. Ini dipersetujui oleh majoriti responden (setuju=32.9 peratus; sangat setuju= 22.6 peratus) manakala selebihnya tidak pasti (28.8 peratus), tidak setuju (12.3 peratus), dan sangat tidak setuju (3.4 peratus) dengan kenyataan ini.



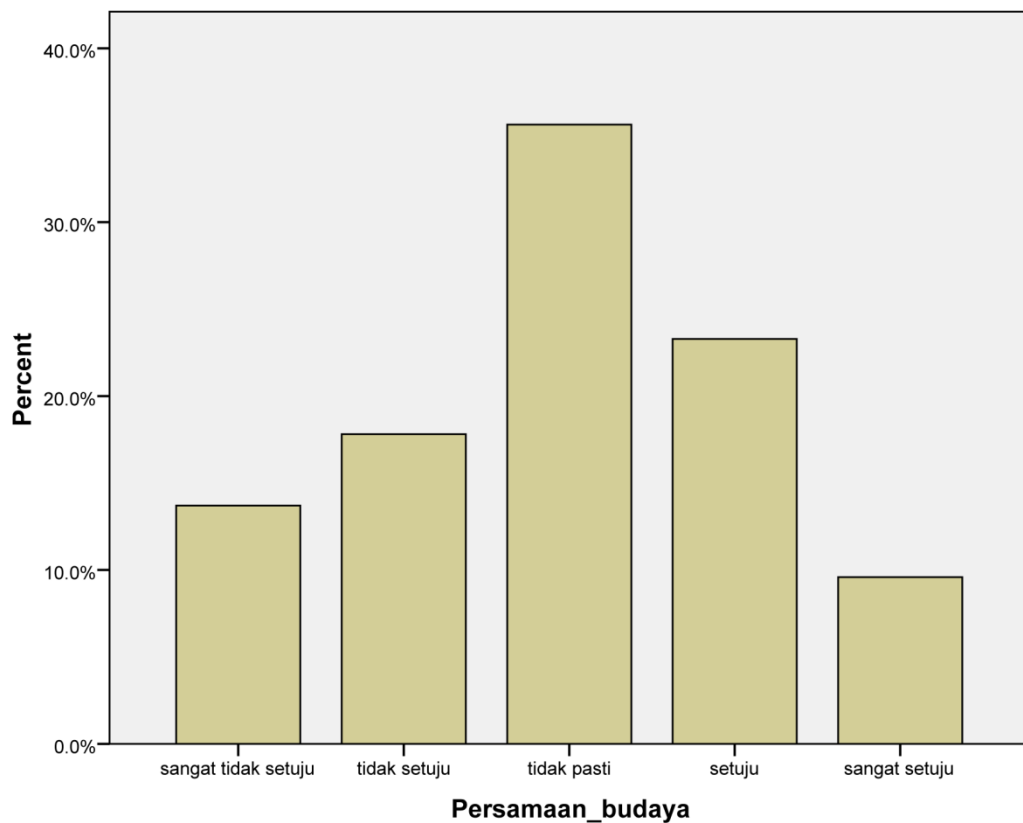
**Rajah 6.18:** Filem tempatan paparkan nilai kekeluargaan

Soal selidik mendapati bahawa hampir 56 peratus responden bersetuju yang filem tempatan memaparkan banyak nilai kekeluargaan manakala kurang 20 peratus tidak bersetuju dan selebihnya memilih tidak pasti. Ini menunjukkan walaupun filem Hollywood menjadi pilihan khalayak filem tempatan dan mereka terdedah kepada nilai Barat yang dipaparkan, responden tetap menonton filem tempatan yang memaparkan nilai kekeluargaan yang tinggi.

#### **6.3.4 Faktor Kedekatan Budaya dalam Tontonan Filem**

Pola tontonan filem di negara ini terutama khalayak tempatan menunjukkan faktor jalan cerita, penggunaan teknologi dan hiburan yang menjadi faktor penentu khalayak tempatan untuk menonton sesebuah filem. Pada masa yang sama, penonton tempatan tetap menonton filem tempatan yang dekat dengan budaya mereka.





**Rajah 6.19:**Persamaan budaya pilihan tontonan

Hasil tinjauan yang dilakukan mendapati daripada 146 responden, majoritinya (35.6 peratus atau 52 responden) tidak pasti sama ada kedekatan budaya menjadi faktor apabila mereka menonton filem di pawagam. Malah, hampir 22 peratus tidak bersetuju (tidak setuju=17.8 peratus; sangat tidak setuju=13.7 peratus). Ini disebabkan faktor utama tontonan filem di pawagam adalah untuk berhibur bagi melepaskan tekanan selepas penat bekerja dengan memilih genre popular seperti komedi, aksi, percintaan dan seram untuk tontonan. Hanya lebih kurang 31 peratus yang bersetuju bahawa kedekatan atau persamaan budaya menjadi pilihan mereka apabila menonton sesebuah filem. Ini menunjukkan bahawa jalan cerita menjadi penentu pemilihan mereka.

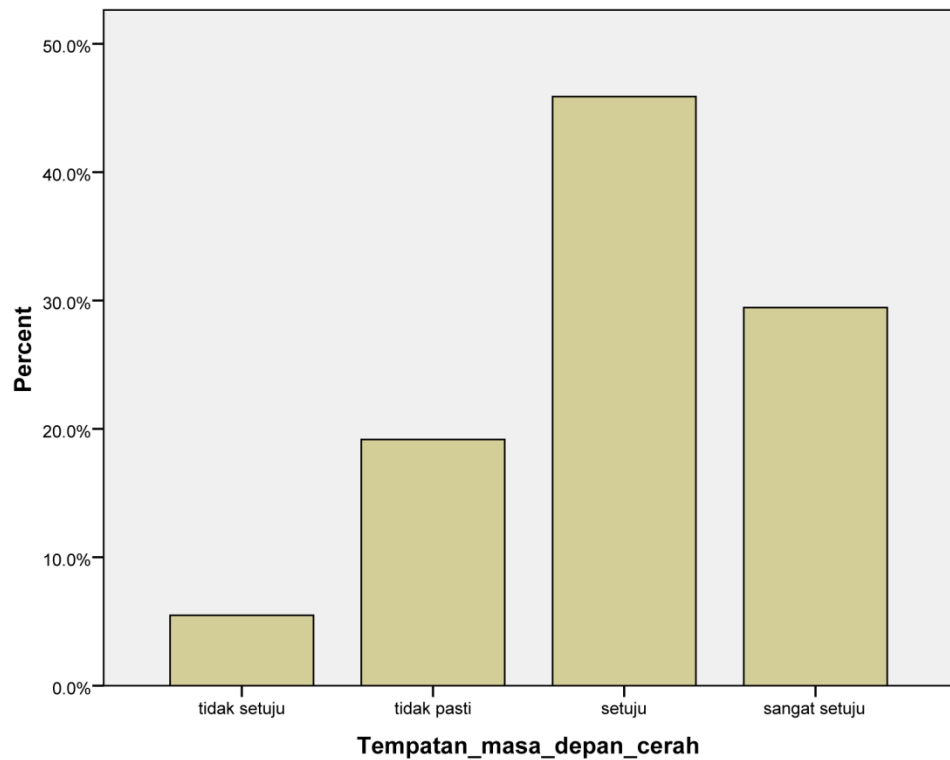
Ini menunjukkan bahawa filem tempatan masih memiliki khalayaknya sendiri kerana penonton ingin menyaksikan visual yang menggambarkan budaya setempat, suasana, masyarakat dan budaya yang dekat dengan mereka. Namun kedekatan budaya

bukannya faktor utama, sebaliknya jalan cerita, penggunaan teknologi, genre, pelakon dan promosi media menjadi penentu dalam pemilihan filem untuk ditonton. Ujian korelasi Pearson (0.35; Sig 2 tailed =0.678) yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan kuat antara kedekatan budaya dengan sebab tontonan filem.

**Jadual 6.5:** Korelasi antara persamaan budaya dengan sebab pilihan menonton

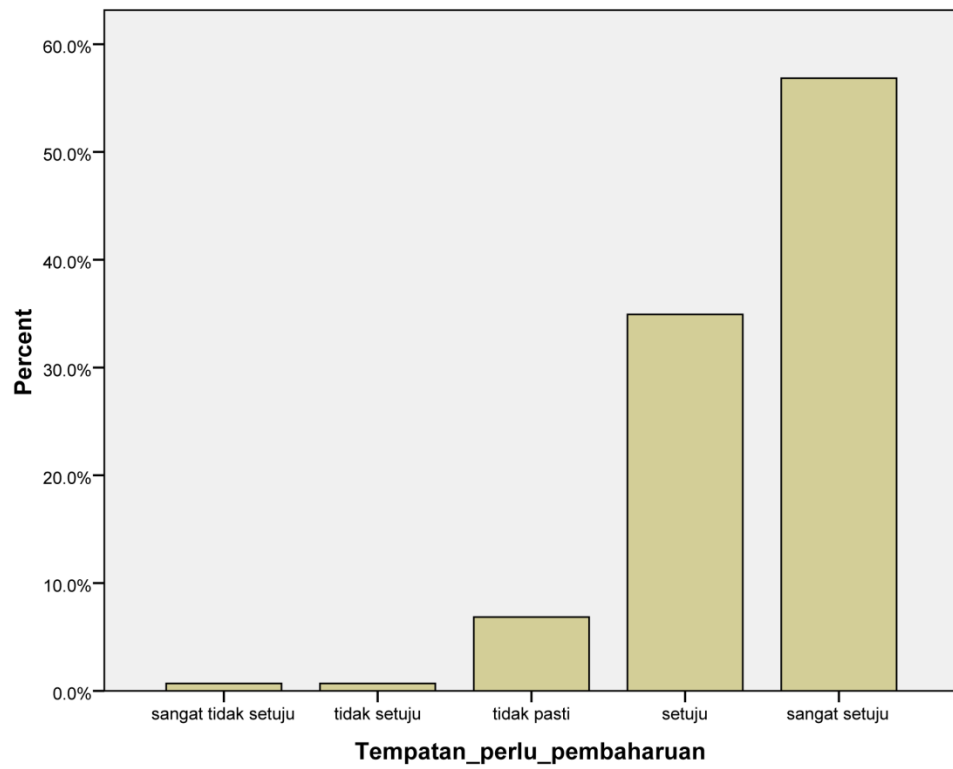
		Persamaan budaya	Sebab pilihan
Persamaan budaya	Pearson Kolerasi	1	.035
	Sig. (2-tailed)		.678
	N	146	146
Sebab pilihan	Pearson kolerasi	.035	1
	Sig. (2-tailed)	.678	
	N	146	146

Oleh itu, kebanyakannya responden, iaitu 75 peratus bersetuju bahawa filem tempatan memiliki masa depan yang cerah (setuju=45.9 peratus; sangat setuju=29 peratus). Ini menunjukkan bahawa khalayak tempatan juga berminat dengan filem tempatan kerana nilai yang dipaparkan selari dengan jati diri mereka. Walaupun filem Hollywood menjadi pilihan utama majoriti masyarakat di negara ini, teori geolokasi yang dikemukakan Straubhaar menyatakan kewujudan permintaan untuk melihat nilai tempatan dalam filem tempatan menyebabkan filem tempatan turut menjadi pilihan khalayak. Namun, terdapat responden yang tidak pasti (19.2 peratus atau 28 responden) dan tidak setuju (5.5 peratus atau 8 responden) dengan pendapat ini.

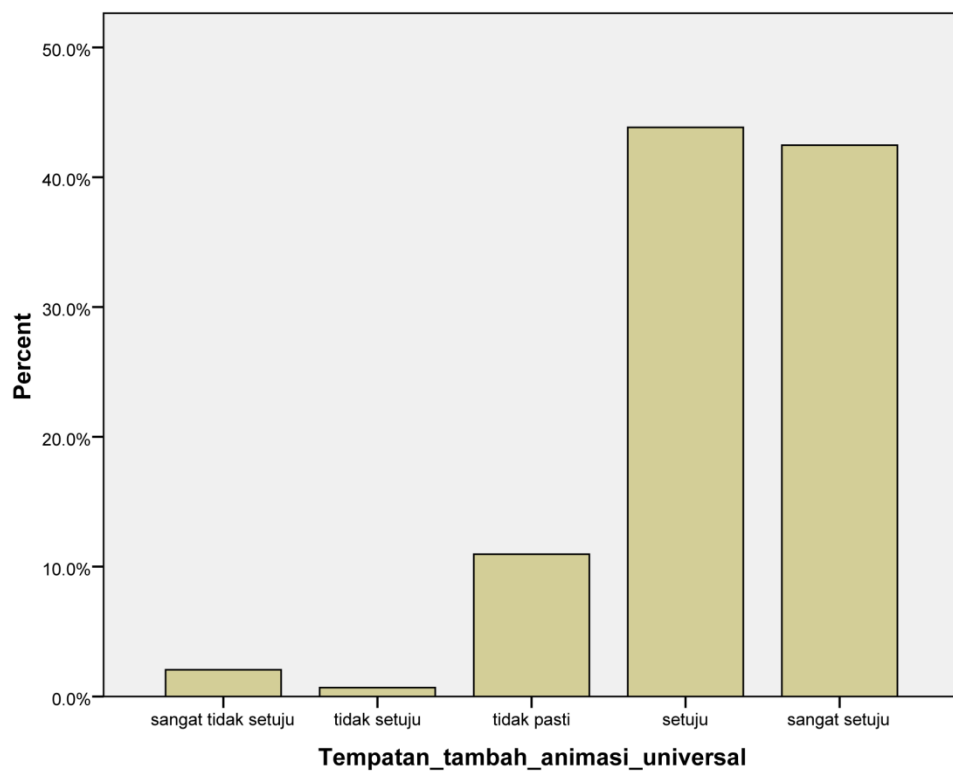


**Rajah 6.20 :** Filem tempatan mempunyai masa depan

Selain itu, dapatan juga menunjukkan bahawa lebih daripada 90 peratus responden (setuju=56.8 peratus; sangat setuju=34.9 peratus) mahu perubahan dilakukan bagi meningkatkan mutu filem yang diterbitkan. Selebihnya tidak pasti dan tidak setuju dengan kenyataan ini.



**Rajah 6.21 :** Filem tempatan perlu pembaharuan



**Rajah 6.22:** Malaysia perlu menghasilkan lebih banyak filem animasi

Analisis soal selidik juga mendapati bahawa majoriti responden mahu agar filem animasi ditambah dan menggunakan tajuk yang universal. Kurang tiga peratus tidak bersetuju dan hanya 11 peratus yang menyatakan tidak pasti. Nilai dan budaya tempatan yang kaya dengan adab sopan serta berunsurkan pendidikan dan pengajaran menjadi pilihan penonton seperti yang terhasil dalam *Upin & Ipin* terbitan Les Copaque Sdn Bhd sehingga Berjaya mencatatkan kutipan melebihi RM6 juta dan menembusi pasaran filem antarabangsa seperti Indonesia dan Brunei. Penonton menginginkan lebih banyak filem animasi sebegini untuk ditonton.

#### **6.4 Rumusan**

Berdasarkan data dan perbincangan di atas, ternyata kemasukan filem Hollywood sedikit sebanyak menggugat perkembangan industri filem tempatan. Ini kerana industri filem tempatan yang kembali bangkit selepas kejatuhannya pada tahun 1970-an dan 1980-an memerlukan masa untuk membangunkan potensinya sebagai industri yang berdaya saing dan berdaya maju selari dengan Program Transformasi Ekonomi (ETP) negara. Bantuan berterusan daripada kerajaan amat diperlukan bagi membentuk satu ekosistem yang membolehkan industri berkenaan berkembang. Kemasukan filem Hollywood walaupun menggugat industri tempatan, dilihat tidak berjaya menyebarkan nilai Barat kerana penonton yang menonton filem adalah individu yang menggunakan jati diri mereka untuk menapis nilai baik dan buruk hasil daripada didikan serta nilai baik masyarakat yang masih kukuh.

Masyarakat di negara ini masih menonton filem terbitan tempatan. Malah kajian mendapati bahawa majoriti yang menonton di pawagam adalah untuk berhibur sambil melepaskan tekanan kerja. Namun terdapat juga khalayak yang menonton kerana jalan cerita dan teknologi yang digunakan. Oleh itu, filem bergenre komedi, seram dan aksi menjadi pilihan mereka. Analisis yang dilakukan juga menunjukkan bahawa filem

tempatan mempunyai masa depan yang cerah seandainya pembikin filem tempatan dapat menambah baik filem yang dihasilkan dengan memasukkan unsur-unsur pendidikan sebagai pengajaran kepada penonton.

## **BAB 7**

### **KESIMPULAN**

#### **7.1 PENGENALAN**

Bab ini membincangkan kesimpulan terhadap kajian yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh. Perbincangan membabitkan hala tuju industri filem tempatan, potensi masa depan dan model baru untuk ekosistem filem tempatan bagi meningkatkan daya saing dan daya maju industri berkenaan selari dengan sasaran kerajaan menerusi Pelan Transformasi Ekonomi (ETP). Seterusnya satu model ekosistem industri filem tempatan akan dicadangkan yang dapat menyokong model pengaliran produk budaya yang bersifat pelbagai hala akibat kemunculan pelbagai negara yang menjadi pengeluar filem bagi pasaran Asia dan global.

#### **7.2 Perbincangan**

Berdasarkan data yang diperoleh hasil kajian lapangan dan perbincangan dalam bab 6, ternyata industri perfileman tempatan masih tiada struktur yang kukuh untuk menyokong pertumbuhannya. Industri ini dihalang pelbagai masalah yang membelenggu potensi perkembangannya, yang setiap satunya saling berkaitan antara satu sama lain laksana mata rantai. Menyedari kemampuan industri filem dalam menjana pendapatan kepada negara dan mencipta peluang pekerjaan kepada rakyat tempatan, kerajaan merangka dan melaksanakan Program Transformasi Ekonomi (ETP), Dasar Filem Negara (DFN) pada tahun 1997 dan Dasar Industri Kreatif Negara pada tahun 2011. Kesemuanya saling menyokong antara satu sama lain dan mengambil kira faktor perubahan semasa dunia.

### 7.2.1 Situasi Semasa Industri Filem Tempatan

Industri filem tempatan mempunyai sejarah yang panjang dan pernah mengecap zaman kegemilangan pada era 1950-an hingga awal 1970-an sebelum menempuh zaman malap. Kegemilangan filem tempatan berkait rapat dengan sokongan orang Melayu terhadap filem Melayu. Industri filem Melayu juga melahirkan tokoh perfileman Melayu yang ulung, Tan Sri P.Ramlee yang banyak menerbitkan karya yang mendapat sambutan penonton tempatan di samping pengiktirafan antarabangsa dengan memenangi banyak anugerah pada festival filem antarabangsa.

Pada masa itu tidak ramai yang memahami kepentingan filem sebagai wadah untuk mengetengahkan dan mempertahankan budaya tempatan kerana umumnya filem dianggap sebagai hiburan. Filem sebagai medium untuk menyampaikan ideologi dan nilai budaya lazimnya tidak disedari penonton. Apabila tahap pendidikan meningkat hasil daripada pelbagai dasar pendidikan yang diperkenalkan kerajaan serta pendedahan kepada pelbagai media dan hiburan, maka kepentingan filem sebagai medium penyebaran ideologi mula disedari. Ini disokong dengan kejayaan Amerika Syarikat yang menjadikan industri filemnya sebagai agenda penyebaran ideologi dan budaya ke seluruh dunia serta disokong dengan kerjasama daripada kerajaan dan syarikat transnasionalnya.

Penguasaan dalam bidang teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) juga memberikan kelebihan kepada Amerika Syarikat sehingga membolehkan proses komodifikasi produk budayanya dilaksanakan dan dijual di seluruh dunia.

Model industri perfileman Amerika Syarikat ditiru oleh banyak negara seperti Jepun dan Korea Selatan. Korea Selatan membuktikan kejayaan mengeksport segala produk budayanya hingga membangkitkan *Hallyu* (Gelombang Korea) yang bermula dengan pengeksportan drama dan filem, peralatan elektronik dan elektrik, kenderaan, gaya solekan, destinasi pelancongan dan gaya tarian seperti *Opa Gangnam Style*.



Industri filem tempatan yang mengalami kemerosotan kerana persaingan dengan televisyen pada tahun 1960-an mula mendapat perhatian rakyat Malaysia dengan adanya Dasar Ekonomi Baru (DEB) dan Perbadanan Pembangunan Filem Nasional (FINAS). Banyak penerbit tempatan muncul dan berjaya menarik penonton seperti *Bayangan Maut* terbitan Skop Productions yang berjaya memperoleh pendapatan hasil jualan tiket sebanyak RM6.2 juta, *Pontianak Harum Sundal Malam* yang menobatkan Maya Karin sebagai pelakon terbaik Asia pada Festival Filem Asia 2004 dan *Jangan Pandang Belakang* terbitan MIG Productions dengan perolehan sebanyak RM7.6 juta.

Sejak tahun 2000, bilangan filem yang dihasilkan bertambah sepanjang tahun dan bilangan penerbitan filem tertinggi adalah pada tahun 2012 dengan 76 judul ([www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my)) manakala kutipan tertinggi dicatatkan menerusi filem *The Journey* (RM17.17 juta) dan *KL Gangster* (RM11.76 juta). Antara syarikat yang prolific dalam penerbitan filem tempatan ialah MIG Productions, Grand Brilliance, Tayangan Unggul, Astro Shaw, Skop Productions, Line Clear Motion Pictures, dan KRU Studio. Grand Brilliance, Tayangan Unggul, dan Astro Shaw mempunyai kelebihan kerana memiliki stesen televisyen untuk tayangan filem mereka selepas selesai tayangan di pawagam di samping menjualkannya dalam bentuk DVD di pasaran terbuka.

Bagi menggalakkan penerbitan filem, pelbagai insentif dan inisiatif disediakan kerajaan termasuklah penerbitan filem tempatan dalam bahasa Mandarin/Kantonis dan Tamil untuk pasaran tempatan dan antarabangsa. Filem Mandarin/Kantonis dan Tamil tempatan diiktiraf sebagai filem Malaysia jika penerbit menyediakan sari kata bahasa Malaysia. Walaupun kutipan filem Mandarin/Kantonis dan Tamil tempatan tidak dapat menandingi filem terbitan Hong Kong dan India, sudah wujud minat dalam kalangan bangsa Cina dan India untuk berkarya dan menerbitkan filem. Langkah kerajaan ini akan dapat meningkatkan bilangan filem tempatan yang diterbitkan, walaupun ada pengkritik filem menyifatkan tindakan itu menyebabkan ramai yang terkeliru mengenai

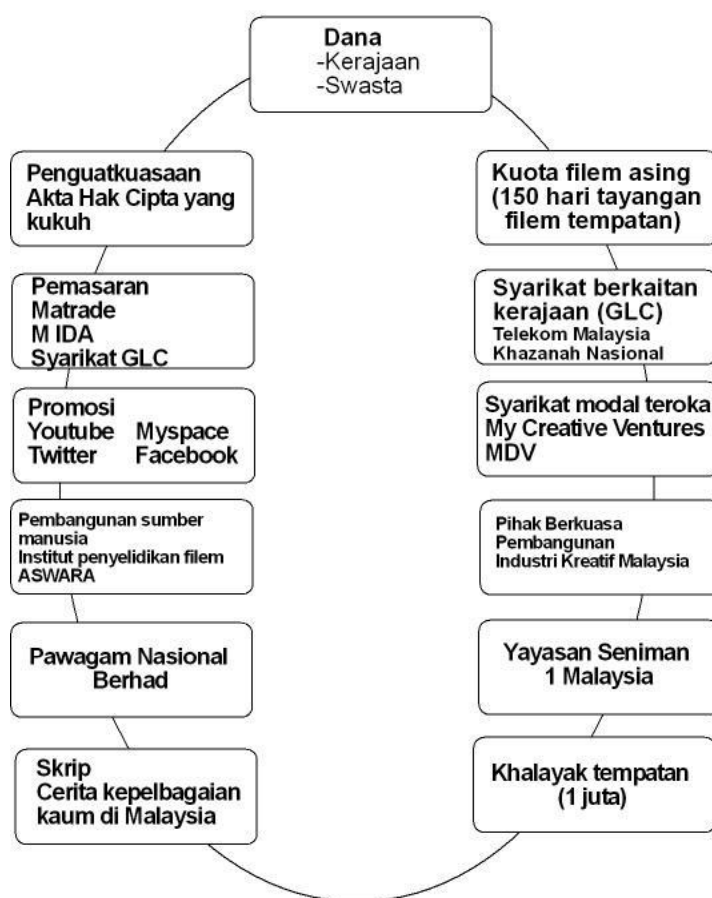
identiti budaya tempatan yang sepatutnya bertunjangkan budaya Melayu selaras dengan Dasar Kebudayaan Kebangsaan.

Kerajaan menerusi FINAS turut memberi peruntukan untuk penerbitan filem patriotik memandangkan penerbitan filem sedemikian amat rendah bilangannya di Malaysia. Namun, peruntukan sebanyak RM10 juta hanya diberikan kepada lima filem patriotik setahun dan kos selebihnya perlu ditanggung sendiri oleh penerbit. Penerbit pula tidak mahu menanggung risiko kerugian menerbitkan genre filem sejarah kerana sambutan penonton tempatan terhadap filem sebegini amat menyedihkan. *Hati Malaya: 1957* yang menelan belanja kos pembikinan sebanyak RM3.6 juta, misalnya hanya berjaya mengutip RM760,000 sahaja. Filem *Leftenan Adnan* yang mendapat sentuhan pengarang popular, Aziz M Osman juga gagal di pawagam apabila hanya memperoleh kutipan sebanyak RM1.08 juta berbanding modal RM1.5 juta yang sudah dilaburkan. Begitu juga filem *Embun* dan *Paloh* yang mendapat bantuan dana kerajaan. *Paloh* hanya memperoleh kutipan sebanyak RM140,000.

Umumnya, filem tempatan yang berbentuk komersil sudah mencatatkan kutipan yang membanggakan, tetapi kemasukan filem luar, terutama Hollywood, Hong Kong, dan Bollywood tanpa kawalan ketat menggugat perkembangan industri filem tempatan kerana pihak yang mengaturkan tayangan (syarikat yang mengendalikan pawagam) lebih gemar memberikan peluang kepada filem import untuk ditayangkan di pawagam mereka. Ini kerana mereka boleh mengaut keuntungan yang tinggi apabila menayangkan filem import berbanding filem tempatan.

Selain berhadapan dengan cabaran kemasukan filem yang diimport, penerbit tempatan turut menghadapi cabaran kos pembikinan filem yang rendah, skrip yang longgar, harga tiket yang rendah, bilangan penonton yang terhad, aspek pemasaran dan promosi dan ketidakadilan pembahagian keuntungan antara penerbit dengan syarikat penyedia pawagam dan bilangan pawagam untuk menayangkan filem tempatan. Ini

menyebabkan industri filem tempatan masih belum dianggap industri yang berdaya saing dan berdaya maju walaupun penerbitan filem tempatan sudah meningkat. Untuk muncul sebagai hab pengeluaran utama filem di Asia Tenggara, Malaysia perlu memiliki industri filem yang berdaya saing dan berdaya maju. Oleh sebab itu, isu berkenaan perlu ditangani secara menyeluruh kerana setiap isu berkait antara satu sama lain seperti yang telah dibincangkan dalam bab 6. Dan model dalam Rajah 7.1 boleh digunakan bagi menyokong model kerangka kerja pelbagai hala yang dijelaskan dalam Bab 4. Cadangan penyelesaian yang ada ketika ini berbentuk berasingan yang mana setiap persatuan mewakili kepentingan mereka akan memperjuangkan masalah yang mereka hadapi tanpa mengambil kira keseluruhan isu yang timbul. Model yang dikemukakan ini mengambil kira semua isu yang timbul dalam industri filem tempatan.



**Rajah 7.1** : Model ekosistem industri filem Malaysia.

Sumber: Hizral Tazzif (2014)

Dapatan kajian ini mendapati bahawa bagi menggalakkan perkembangan dan melindungi industri filem tempatan, kuota filem asing perlu diperkenalkan oleh kerajaan. Kejayaan sistem ini terbukti di Korea Selatan yang menetapkan 146 hari diberikan kepada filem tempatan untuk ditayangkan di pawagam manakala China hanya membenarkan 40 buah judul filem asing ditayangkan di negara berkenaan untuk setahun. Selain itu, syarikat berkaitan kerajaan turut disarankan menyertai industri perfileman dan menerbitkan filem bagi pasaran tempatan dan antarabangsa seperti yang dilakukan Raintree Pictures, anak syarikat milik Television Corporation of Singapore dalam produksi bersama filem *Infernal Affairs III* dan *The Eye* yang mendapat sambutan hangat di pasaran antarabangsa. Penubuhan My Creative Ventures Sdn Bhd, yang berfungsi menyediakan modal teroka kepada syarikat perfileman baru dilihat sebagai strategi yang baik, tetapi masih belum ada syarikat berkaitan kerajaan (GLC) yang terbabit secara langsung dalam industri filem, terutama penerbitan, pengedaran, dan tayangan filem.

Industri perfileman tempatan juga memerlukan sebuah badan bagi mengawal selia dan seterusnya memastikan kemapanan nya. Dengan cara ini segala proses berkaitan industri perfileman tempatan lebih mudah dijalankan dan dipantau. Ini kerana pada ketika ini banyak pertindihan tugas dan kuasa antara agensi kerajaan sehingga menyebabkan proses permohonan untuk melakukan penggambaran di negara ini bersifat terlalu birokrasi. Ini tidak selari dengan Dasar Filem Negara (DFN) yang berhasrat menjadikan Malaysia sebagai hab penggambaran filem asing.

Penubuhan Yayasan Artis 1Malaysia (YA1M) yang dilancarkan oleh Perdana Menteri Datuk Seri Najib Tun Razak pada 11 November 2012 pula dilihat dapat membela nasib karyawan tempatan yang selama ini terbiar tanpa sebarang pembelaan. YA1M diperbadankan pada 25 Jun 2012 mengikut Akta Syarikat 1965 untuk menyatupadukan, memayungi dan memberi pembelaan kepada semua artis industri

hiburan bagi meningkatkan martabat dan maruah artis tanah air. Pengalaman yang ditempuh Tan Sri P.Ramlee dan rakan-rakannya dalam industri filem sebelum ini menjadi pengajaran kepada generasi karyawan sekarang kerana walaupun karya beliau ditayangkan setiap minggu di televisyen, honorarium setimpal dengan tenaga yang dicurahkan tidak diberikan. Skim ini juga akan menjadi tarikan kepada lepasan graduan untuk menjadikan seni sebagai kerjaya mereka.

Di samping itu, bagi menyokong industri filem tempatan, bilangan penonton filem yang banyak diperlukan. Ini kerana bilangan sedia ada, iaitu antara 200,000 hingga 300,000 orang tidak mencukupi bagi penerbit memperoleh pulangan kepada modal yang dilaburkan. Oleh sebab itu, bilangan penonton filem tempatan perlu ditambah kepada sejuta orang. Walaupun perkara itu tidak mudah, namun ia tidak mustahil. Maka, program seperti merakyatkan seni anjuran Kementerian Komunikasi dan Kebudayaan antara program yang perlu ditambah dan diteruskan, terutama pada peringkat sekolah dan universiti.

Bagi menambah bilangan penonton perlu, skrip yang menarik—yang menjadi asas kepada filem—diperlukan. Namun penulis skrip di negara ini hanya bertaraf kru penerbitan hingga menyebabkan bayaran yang diterima tidak setimpal dengan tenaga yang dicurahkan sehingga menyebabkan ramai yang tidak mahu menceburi bidang ini. Ini juga mengakibatkan terhasilnya filem yang dikatakan stereotaip dan klise sedangkan kekayaan Malaysia dengan kepelbagaian budaya boleh diangkat sebagai naskhah filem untuk pasaran tempatan dan antarabangsa. Oleh sebab itu, sudah sampai masanya penulis skrip turut diiktiraf sama seperti pelakon dan pengarah. Amat sukar hendak mencari golongan profesional menyertainya, misalnya, golongan peguam atau jurutera kerana bayaran yang amat rendah.

Isu kekurangan bilangan pawagam juga merupakan cabaran dalam meningkatkan bilangan jumlah penonton tempatan. Masalah ini menyebabkan filem

tempatan tidak dapat ditayangkan, terutamanya di luar bandar yang mempunyai majoriti penduduk Melayu. Bagi syarikat seperti Golden Screen Cinema dan Tanjong Golden Village, mereka lebih berminat membina pawagam di bandar utama dan bandar raya serta menayangkan filem asing kerana pulangnya lebih menguntungkan. Oleh sebab itu, Menteri Komunikasi dan Multimedia, Datuk Sri Ahmad Shabery Cheek mencadangkan penubuhan pawagam mini di setiap bandar kecil bagi membantu pengeluar tempatan menghadapi persaingan dengan filem luar kerana tempat tayangan yang terhad (*Sinar Harian*, 4 Jun, 2013). Selain itu, kerajaan juga boleh menubuhkan syarikat Pawagam Nasional Berhad seperti yang dilakukan terhadap Syarikat Perumahan Negara Berhad khusus membina pawagam yang menayangkan filem tempatan di bandar utama dan di luar bandar. Syarikat berkenaan boleh menggunakan model kerjasama awam–swasta bagi menjadikannya dinamik dan membantu penerbit tempatan.

Pemasaran dan promosi juga perlu diberi perhatian kerana tanpanya sesebuah filem tidak akan laku di pawagam. Penerbit filem tempatan umumnya boleh memanfaatkan media sosial seperti Facebook, YouTube, dan MySpace untuk menguar-uarkan filem yang bakal ditayangkan bagi menarik minat orang ramai untuk menonton sesebuah filem. Antara strategi yang boleh digunakan ialah meletakkan trailer filem, menyiarkan temu bual dengan pengarah dan pelakon, serta mewujudkan blog untuk membincangkan perihal filem berkenaan. Malah, penerbit juga boleh menyenaraikan pawagam yang bakal menayangkan filem mereka dan hari tayangan serta peluang untuk membeli DVD secara terus daripada penerbit.

Penerbit filem tempatan perlu berani menerokai pasaran luar kerana pasaran tempatan amat terhad. Memandangkan MIDA dan MATRADE memiliki rangkaian pejabat di seluruh dunia, penerbit boleh menggunakannya. Namun kedua-dua agensi kerajaan ini kurang berperanan dalam memasarkan filem tempatan ke peringkat

antarabangsa. Usaha itu lebih banyak dilakukan oleh FINAS menerusi penyertaan dan penghantaran filem tempatan ke festival antarabangsa seperti Cannes, Perancis. Penubuhan Persatuan Kandungan Kreatif Malaysia (CCAM) pertengahan tahun 2012 dengan geran pemasaran tahunan berjumlah RM1 juta daripada Unit Perancang Ekonomi Jabatan Perdana Menteri juga dilihat akan membantu penerbit tempatan dengan penyertaannya di beberapa festival filem di Asia, Eropah dan Afrika. Dengan kerjasama FINAS, CCAM mencatatkan jualan sebanyak RM100 juta ringgit pada tahun 2012. Antara kejayaan CCAM adalah penayangan lima filem Malaysia, iaitu *Vikindom* terbitan KRU Studios, *Bola Kampung The Movie* (Animasia Studio), *Penanggal* (Tayangan Unggul/Primeworks), *KIL* (Primeworks), dan *Lari* (Excellent Pictures) di *Marche du Film*, iaitu antara pasar filem terbesar dunia yang dihadiri lebih 10,000 profesional dalam bidang perfileman, sempena Festival Filem Cannes 2013.

Usaha kerajaan memantapkan Akta Hak Cipta juga akan dapat mengukuhkan industri perfileman tanah air kerana ini akan melindungi harta intelek yang ada. Penggiat seni boleh mendaftarkan karya masing-masing dengan Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO) untuk membuktikan mereka adalah pemilik asal karya terbabit menerusi Sistem Pemberitahuan Secara Sukarela. Ini membolehkan semakan dilakukan jika wujud sebarang pertikaian antara pemilik asal dengan penerbit. Secara umumnya banyak penambahbaikan sudah dilakukan kerajaan bagi memastikan industri perfileman tempatan terus berkembang.

Industri perfileman tempatan yang mampu berdaya saing dan berdaya maju akan dapat meletakkan Malaysia sebagai hab perfileman Asia, terutama mengadakan produksi bersama (*co-production*) dengan syarikat perfileman Hollywood yang dikenali sebagai *runaway production*. Hasil kerjasama itu membolehkan tenaga kerja tempatan menimba ilmu dan budaya professional pembikin filem Hollywood seperti mana Thailand yang banyak mempelajari kaedah pembikinan filem ala Hollywood. Dengan

adanya industri filem tempatan yang kukuh, barulah Malaysia boleh mengeksploitasi pengaliran pelbagai hala filem yang sedang berlaku sekarang seperti yang telah dijelaskan dalam bab 4.

### **7.2.2 Polisi Kerajaan Membangunkan Industri Filem Tempatan**

Dua polisi yang menjadi asas industri perfileman tempatan ialah DFN dan Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN). DFN yang digubal pada 1997 dan ditambah baik pada tahun 2005 ialah kerangka kerja hala tuju industri filem tempatan dan bagi melengkapkan DFN, DIKN digubal dan dilaksanakan pada 2011. Kedua-dua dasar ini saling melengkapi antara satu sama lain. DIKN lebih meluas kerana mencakupi industri kreatif termasuk multimedia, manakala DFN lebih spesifik pada pembangunan industri perfileman tempatan.

Dalam memacu negara ke kemuncak kemajuan, kreativiti dan daya pemikiran di luar kotak perlu di tambah dan dirangsang. Lantaran itu, industri kreatif wajar dimajukan lagi untuk menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Industri ini meliputi seni persembahan dan muzik, reka bentuk, animasi, pengiklanan dan pembangunan kandungan. Bagi menyelaras perkembangan pelbagai segmen dalam industri ini.

*(Petikan Ucapan Bajet 2010 oleh YAB Perdana Menteri, 23 Oktober 2009)*

Menerusi DFN, kerajaan memperkenalkan Skim Wajib Tayang (SWT) yang dikuatkuasakan mulai 23 Jun 2005 bagi membolehkan filem tempatan ditayangkan di pawagam. Tanpa skim ini, mungkin filem tempatan tidak akan dapat ditayangkan di



pawagam kerana pengusaha pawagam lebih mengutamakan tayangan filem import yang membawa keuntungan. Skim ini membolehkan dua buah filem tempatan ditayangkan serentak selama seminggu di pawagam. Selain itu, program Rebat Duti Hiburan (RDH) dan insentif Tayangan Filem Cereka (ITFC) dilaksanakan menerusi FINAS Di samping Skim Pinjaman Cereka (SPFC) berjumlah RM50 juta untuk penerbit menghasilkan filem dan penyediaan Studio Mix Stage Finas di Hulu Klang dengan kos RM53 juta. Untuk meningkatkan kualiti filem tempatan, terutama penggunaan Imej Janaan Komputer (CGI) FINAS turut menyediakan dana CGI berjumlah RM8 juta.

Menerusi pengenalan dasar transformasi, industri kreatif termasuk industri filem diberi pelbagai insentif. Antara strategi yang dilaksanakan ialah pengenalan skim rebat 30 peratus kepada syarikat filem tempatan yang menerbitkan filem dengan kos melebihi RM2.5 juta atau syarikat filem antarabangsa yang menjadikan Malaysia sebagai pusat penggambaran dan menerbitkan filem melebihi RM5 juta. Dana bagi penerbitan filem patriotik berlandaskan perkongsian antara kerajaan dengan swasta juga diperkenalkan.

Di samping itu, penganjuran persidangan dan pameran *Kuala Lumpur Communication and Creative Industry Malaysia* (KLCCIM) juga diadakan di samping beberapa program lain seperti bertukar fikiran dengan pembikin filem antarabangsa dan penganjuran program pasaran, persidangan, *master class*, festival, serta jaringan perniagaan antarabangsa bagi membawa industri kreatif tempatan bergerak maju ke hadapan. Aktiviti penerbitan filem akan disusun dan diperkemas sebagai satu entiti perniagaan yang serius. Penerbit filem tempatan yang berjaya akan dicontohi model perniagaan mereka.

Selain itu, FINAS akan mencari peluang untuk memasarkan filem tempatan kepada negara yang memiliki persamaan budaya seperti Indonesia dan Singapura. Penyertaan syarikat modal teroka turut dilakukan bagi mewujudkan lebih banyak sumber pembiayaan kepada syarikat filem tempatan. Malah, kerajaan tidak

mengabaikan aspek pembangunan modal insan apabila menubuhkan ASWARA dan Kursi P.Ramlee dalam melahirkan lebih ramai penggiat seni bagi meningkatkan kualiti filem tempatan.

Penubuhan studio perfileman bertaraf antarabangsa Pinewood Iskandar di Nusajaya turut melonjakkan nama Malaysia dalam bidang perfileman antarabangsa. Studio ini dibina sebagai salah satu strategi dalam menjadikan Malaysia sebagai hab penggambaran filem antarabangsa tercapai di samping menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan dan sumber pendapatan kepada negara. Pembinaan Mix Studio Stage di FINAS di Hulu Klang yang setaraf dengan kualiti antarabangsa untuk pasca produksi filem juga akan dapat membantu meningkatkan kualiti filem yang dihasilkan.

### **7.2.3 Penerimaan Dan Penolakan Nilai Barat**

Hasil temu bual secara mendalam dengan 30 responden mendapati bahawa mereka amat aktif mencari makna yang sesuai dan selari dengan jati diri yang diterapkan dalam diri masing-masing hasil daripada pendidikan yang diterima. Dengan pendidikan yang diterima serta sistem sosial berlandaskan nilai murni Asia dan bertunjangkan agama Islam yang kukuh, maka nilai Barat yang disalurkan menerusi filem terbitan Hollywood ditapis dengan menerima yang baik (seperti pembangunan dan penguasaan teknologi) dan menyetepikan yang buruk seperti bersikap individualistik, seks bebas tanpa sebarang ikatan perkahwinan, perlakuan sumbang di tempat terbuka dan konsumerisme.

Hasil proses glokalisasi dan kemasukan nilai Barat itu ternyata membentuk budaya hibrid, iaitu kacukan antara budaya Barat dengan budaya tempatan. Misalnya, ini boleh dilihat dengan lagu yang digubah oleh komposer tempatan yang menggabungkan elemen tradisional dengan rap seperti *Apo Kono Eh Jang* yang

disegarkan semula dengan suntikan irama “rap” dan makanan yang menggabungkan elemen Asia dan Barat.

Responden yang ditemu bual juga menyatakan filem yang dihasilkan perlu menggambarkan identiti Malaysia berlandaskan kebudayaan kebangsaan sebagai wadah memperkenalkan filem Malaysia. Kepelbagaian budaya yang ada di negara ini mempunyai keunikan tersendiri. Cerita rakyat daripada pelbagai kaum yang diubah suai dan digarap selari dengan zaman moden mampu menarik minat penonton untuk menonton. Tan Sri P.Ramlee sudah melakukan perkara berkenaan menerusi filem *Musang Berjanggut* dan *Nujum Pak Belalang* yang digarap dan disuntik dengan elemen komedi. Mereka yakin bahawa konsep 1 Malaysia dapat menonjolkan kebudayaan tempatan yang merangkumi kaum Melayu, India dan Cina bagi diketengahkan dalam filem yang mewakili Malaysia ke peringkat antarabangsa.

Dapatan soal selidik pula mendapati berlakunya pendedahan nilai Barat yang tinggi terhadap khalayak tempatan menerusi filem yang ditonton, tetapi nilai berkenaan tidak diterima secara terus. Sebaliknya mereka secara aktif mencari nilai yang sesuai untuk disesuaikan dengan nilai tempatan selari dengan teori khalayak aktif.

#### **7.2.4 Kedekatan Budaya Sebagai Faktor Utama Pemilihan Filem Tempatan**

Dapatan kajian menunjukkan penonton Melayu terutamanya amat terbuka kepada pelbagai genre filem untuk ditonton. Mereka tidak menjadikan kedekatan budaya atau budaya yang memiliki nilai-nilai serupa sebagai asas untuk menonton. Ini menyamai kajian yang dilakukan Fauziah Kartini *et. al.* (2009) mendapati khalayak penonton tempatan, terutama penonton Melayu yang terbuka sikapnya akan menonton apa-apa sahaja cerita yang mampu menarik cita rasa mereka. Namun ada yang melihat faktor jalan cerita dan pelakon dalam menentukan filem yang bakal ditonton. Selain jalan

cerita, aspek penggunaan teknologi dalam filem turut memainkan peranan bagi menarik mereka ke pawagam, terutama dalam filem Hollywood.

Tinjauan kuantitatif mendapati bahawa responden ke pawagam adalah untuk berhibur bagi melepaskan tekanan selepas penat bekerja. Ini menyebabkan penonton lebih memilih genre popular seperti komedi, aksi, percintaan dan seram sebagai tontonan mereka. Ini kerana filem sebegini mampu menghiburkan mereka, terutama genre aksi yang jalan ceritanya tidak perlu difahami, sebaliknya lebih pada tontonan aksi yang dipaparkan. Hanya lebih kurang 30 peratus responden bersetuju bahawa persamaan budaya menjadi pilihan mereka ketika menonton filem.

Berdasarkan kepelbagaian bangsa dan budaya negara ini, bahasa yang digunakan dalam filem bukan masalah utama yang menghalang khalayak tempatan menonton sesebuah filem termasuk filem asing sama ada dari Hollywood, Bollywood, Hong Kong, Korea Selatan dan Jepun. Ini kerana sari kata bahasa Malaysia wajib disediakan oleh pihak pengedar selepas mendapat kelulusan Lembaga Penapis Filem.

Namun, kajian ini mendapati peserta kumpulan fokus berpendapat bahawa filem tempatan masih lemah dalam pelbagai aspek termasuk jalan cerita, skrip, lakonan, dan teknologi. Malah, filem tempatan tidak dapat lari daripada aspek klise dan stereotaip kerana jalan cerita yang dipersembahkan, terutama filem cinta dan komedi adalah hampir sama seperti ibu mertua yang jahat, lelaki kaya yang memandu kereta mewah dan pada masa yang sama bermain kayu tiga, pelbagai jenis cerita hantu (daripada hantu dalam botol kicap kepada hantu naik motosikal kapcai), hero mesti lelaki kakak manakala pelakon wanita utama mesti cantik dan lawak jenaka yang slapstik (memperbodohkan penonton). Jalan ceritanya kebanyakan filem tempatan yang terlalu mudah dan tiada pengisian sehingga menyebabkan khalayak tempatan lebih berminat kepada filem import. Namun, khalayak filem tempatan pasti akan menyokong dan

memilih untuk menonton filem tempatan dengan syarat kualiti filem yang dihasilkan adalah tinggi dan mengikut penanda aras filem terbitan antarabangsa.

Filem tempatan sebenarnya mempunyai khalayak tersendiri. Oleh sebab itu penerbit perlu memahami khalayak yang bakal menonton filemnya. Ini kerana hasil temu bual dan tinjauan yang dijalankan mendapati bahawa mereka menginginkan filem tempatan yang memaparkan cerita yang “segar”, asli, dan menepati piawaian teknikal antarabangsa di samping penggunaan Imej Janaan Komputer (CGI) sebagai suntikan elemen yang mampu meningkatkan kualiti filem standing filem Hollywood. Malah, penyelidikan perlu dilakukan sebelum sesuatu filem diterbitkan, termasuk kehendak penonton, selain mengambil kira aspek pemasaran dan promosi seperti yang dilakukan penerbit filem Hollywood. Penggunaan rangkaian media sosial untuk mempromosikan filem, terutama pada peringkat pra produksi, penggambaran dan pasca produksi perlu dipertimbangkan dalam usaha meningkatkan bilangan penonton filem tempatan.

#### **7.2.5 Masa Depan Industri Filem Tempatan**

Potensi industri produk budaya sebagai sumber pendapatan kepada negara memang diakui dan sudah terbukti dengan kejayaan yang di kecapai Hollywood, Bollywood, di samping beberapa negara Asia seperti Korea, Jepun, dan Singapura. Ini menyebabkan kerajaan turut menyediakan pelbagai bantuan bagi membantu industri filem negara. Antaranya ialah pembinaan studio Pinewood Iskandar Malaysia Studio (PIMS) di Iskandar Malaysia yang dijangka menarik projek produksi antarabangsa dengan bajet berjumlah RM3.8 bilion pada tahun 2020 (Bernama, 29 Januari, 2013). Pada masa yang sama PIMS akan mewujudkan lebih 9,500 pekerja sepenuh masa dan bebas di samping memberi kesan positif terhadap industri tempatan dari segi logistik, penyediaan makanan dan minuman, penginapan, pembelian bekalan pejabat dan pertukangan.

Pelbagai kemudahan turut ditawarkan kepada syarikat perfileman asing dan tempatan memandangkan Malaysia memiliki lebih 3,500 bakat dalam bidang perfileman yang terdiri daripada pelbagai latar belakang kaum serta lebih 3,000 kakitangan yang terbabit dalam bidang teknikal seperti kru penerbitan ([www.filminmalaysia.com](http://www.filminmalaysia.com)). Inisiatif yang ditawarkan itu selaras dengan dasar transformasi ekonomi yang diperkenalkan Perdana Menteri Datuk Seri Najib Tun Razak sebagai kaedah untuk meningkatkan pendapatan negara serta pada masa yang sama mewujudkan peluang pekerjaan dan mengetengahkan budaya tempatan ke pasaran antarabangsa.

Pada masa yang sama, sumber pendapatan bagi sesebuah filem dapat diperluaskan kepada bentuk barangan seperti cendera hati, t-shirt, patung permainan, dan taman tema. Kejayaan filem *Upin dan Ipin* yang mencatatkan kutipan memberangsangkan di pawagam (RM6.5 juta) dan dieksport ke Indonesia, misalnya menyebabkan lahir pelbagai produk berkaitannya seperti patung dan pakaian yang melambangkan watak kartun berkenaan. Pembinaan taman tema Upin dan Ipin di Ipoh, Perak juga mampu meningkatkan lagi penerimaan rakyat terhadap filem animasi tersebut.

Dengan strategi pemasaran yang baik dan tepat, filem tempatan mampu menembusi pasaran antarabangsa. Ini boleh dilihat dengan kejayaan MIG dan KRU Studio. KRU Studio berjaya menayangkan filem *Merong Mahawangsa* di 72 negara menerusi kaedah 'pre-sale' manakala MIG telah menerbitkan sebanyak 82 judul filem Melayu sejak beroperasi pada tahun 2000 di samping memperoleh keuntungan sebanyak RM26 juta pada tahun 2012. Malah syarikat ini turut mengendalikan saluran Star Hub untuk filem Melayu dan menjual kandungan filem tempatan kepada Apple.

Perkembangan pesat teknologi komunikasi, terutama teknologi telekomunikasi generasi keempat (4G) dan telefon pintar juga dilihat dapat membantu masa depan industri filem negara terutama dalam membekalkan kandungan kepada syarikat

telekomunikasi. Ini secara tidak langsung akan dapat menambah pendapatan kepada penerbit filem tempatan, terutama dengan menghasilkan filem pendek kerana pemilik telefon pintar yang hanya akan menonton sesuatu tayangan tidak melebihi 10 minit kerana saiz skrin yang terbatas. Malah teknologi ICT membolehkan pengguna menonton dan membeli terus filem yang masih belum ditayangkan di pawagam daripada penerbit. Ini dapat mengurangkan peranan orang tengah seperti pengedar dan pempamer.

Selain itu, strategi FINAS menyertai pasaran filem antarabangsa dilihat mendatangkan hasil memuaskan. Misalnya, enam buah filem, *War of the Worlds:Goliath*, *Vikingdom*, *The Malay Chronicles: Bloodlines* (atau versi tempatan *Hikayat Merong Mahawangsa*), *23:59*, *SeeFood* dan *Between Two Skies*, dipersembahkan menerusi penyertaan FINAS di Pasaran Filem Amerika (AFM) di Santa Monica, Los Angeles pada November 2011. Delegasi tersebut turut disertai 11 buah syarikat penerbitan Malaysia, iaitu Tripod Entertainment, Imaginex Studios, Primeworks Studio, Astro Entertainment, KLIFF, Golden Screen Cinemas (GSC), LineClear Pictures, Nusantara Edaran Filem, Measat Broadcast Network Systems (MEASAT) dan MM2 ( *Berita Harian*, 17 September,2012).

Beberapa filem tempatan berjaya menarik minat pembeli dan pengedar filem antarabangsa. Antaranya, filem animasi 3D *War Of The Worlds: Goliath* terbitan Tripod Entertainment dibeli oleh Epic Pictures Group, Inc. untuk jualan global. Filem yang menggabungkan kepakaran studio animasi di Kuala Lumpur, Seoul, Korea Selatan dan Los Angeles yang dihasilkan dalam bentuk 3D stereoskopik dengan gabungan teknologi sel 2D hibrid serta kesan khas komputer (CGI) itu mendapat sokongan padu kerajaan Malaysia.

Pembikinan filem ini dilakukan secara usaha sama dengan studio Sun Min Images Pictures di Korea, manakala Studio Climb bersama-sama Imaginex Pictures pula terbabit dengan kerja pra produksi, reka bentuk dan audio dan pengadunan bunyi.

Filem 23:59 pula akan ditayangkan di Thailand menerusi syarikat pendedaran International Sahamongkofilm. Filem yang berkisar kan pembunuhan misteri yang berlaku pada tahun 1983 di kem tentera ini diarahkan oleh Gilbert Chanini dan dihasilkan oleh Clover Filem, Gorylah Pictures, Innoform Media, mm2, MP hiburan, Passion Music & Entertainment, dan Primeworks Studios Malaysia.

*Vikindom*, terbitan KRU Studios bersama Epic Pictures yang masih belum siap sepenuhnya juga mendapat perhatian semasa AFM. Begitu juga dengan *Between Two Skies* dan *SeaFood*. *Between Two Skies* merupakan filem berbudget tinggi dan projek usaha sama antara LineClear Pictures, FINAS dan Media Australia A2K. Filem ini dijangka mengangkat imej Malaysia di pentas perfileman antarabangsa. *SeaFood*, pula merupakan filem animasi 3D berkualiti tinggi yang diterbitkan secara bersama oleh SilverAnt dan Kids Channel Al-Jazeera. Pembikinan filem ini juga sebahagiannya mendapat sokongan daripada Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi dan Multimedia Development Corporation (MDeC) Malaysia. Siri animasi filem ini juga turut mendapat tempahan daripada syarikat pendedaran dari Asia, Amerika Latin dan Eropah.

Walaupun begitu, industri filem tempatan yang masih bertatih ini tidak mungkin mampu menandingi kemasukan filem Hollywood yang memiliki modal yang besar, dan saluran pemasaran yang mantap. Sokongan kerajaan bagi menghadkan kemasukan filem Hollywood dan asing ke negara ini diperlukan bagi membangunkan industri filem tempatan agar mampu berdaya maju dan berdaya saing. Beberapa negara model seperti China dan Korea Selatan yang meletakkan kuota kemasukan filem asing sebagai polisi boleh dipertimbangkan bagi melindungi industri filem tempatan.



Daripada segi khalayak, filem tempatan mempunyai khalayak yang tetap dan mereka akan menonton filem Melayu yang diterbitkan. Oleh sebab dasar kerajaan yang turut menggalakkan pembikinan filem berbahasa Mandarin dan Tamil yang turut diiktiraf sebagai filem Malaysia, maka khalayak filem tempatan tidak terhad pada orang Melayu sahaja, malah merangkumi kaum Cina dan India.

### **7.3 Cadangan Penyelidikan**

Berdasarkan perkembangan pesat industri perfileman antarabangsa dan tempatan, kelakuan khalayak penonton yang akan mengeluarkan belanja untuk membeli tiket wayang amat penting untuk dikaji. Penyelidik mencadangkan kajian mengenai psikografi penonton dilakukan bagi melihat tingkah laku tontonan dengan umur dan pendapatan. Ini membolehkan penerbit menyediakan cerita yang bersesuaian dengan kehendak khalayak yang menjadikan filem tempatan sebagai pilihan pertama tontonnya.

Penggunaan rangkaian media sosial untuk mempromosikan filem terutama pada peringkat pre-produksi, penggambaran dan pasca produksi perlu dikongsi dengan khalayak sebagai langkah promosi.

Selain itu, kajian juga boleh dilakukan merangkumi bidang semiotik, analisis bingkai dan analisis perbincangan kritikal bagi menganalisis filem tempatan. Amat menarik untuk mengetahui mengapa filem berbajet tinggi tapi masih gagal di panggung.

## RUJUKAN

- Abdul Rahman Embong (2001), *Southeast Asian middle classes: prospects for social change and democratization*, Bangi: Penerbit UKM.
- Abdul Rahman Embong (2011), *The Question of Culture, Identity and Globalization: An Unending Debate*, *Kajian Malaysia*, Vol 29, Supp.1, muka surat 11-22.
- Amir Muhammad. (2010), *120 Malay Movies*, Second Edition, Kuala Lumpur: Matahari Books.
- Amriah Buang (2005), *Globalisasi ekonomi dan impaknya kepada ruang budaya Bandar Malaysia*, *Geografia online Malaysian Journal of Society and Space* 1 (page 46-55), access time 7.50 pm on November 3, 2012.
- Appadurai, A(1996), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, New York: Cambridge University Press.
- Asiah Sarji, Abdul Wahab Hamzah, Wan Aida Wan Yahaya (2009), *Media Appreciation and Critical Analysis*, Kuala Lumpur: Open University Malaysia.
- Alexander.A et al.. Third Edition (2004), *Media Economics*, New York: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- A Wahab Hamzah (2003), *Audien: Sikap dan Harapan Audien Filem Malaysia dalam Sinema dan Penontonan di Malaysia* suntingan Ramli Mohamed, Pulau Pinang : Penerbit USM, muka surat 83-100.
- Azizah Hamzah (2004), *Kaedah kualitatif dalam penyelidikan sosio budaya*, *Jurnal Pengajian Media*, Universiti Malaya, Jilid 6, Nombor 1, muka surat 1-9.
- Bagdikian, B.H (1990), *The Media Monopoly, Third Edition*, Boston: Beacon Press,
- BakshN. A.M (1983), *The Popular Culture Controversy*, Penang: Research Publications
- Banerjee, I., (2000), *Cultural Industries and Cultural Dynamics in Malaysia: Critical Problems of Content in the Age of Infrastructure*, *Jurnal Komunikasi*, Jilid 16, muka surat 33-50.
- Baran, S. J. (2006), *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture (4<sup>th</sup> Edition)*, New York: McGraw - Hill.
- Baran, S. J. & Davis, D. K (2000), *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*, Wadsworth Thomson Learning.
- Berger, A. A.(1998), *Media Research Techniques*, Second Edition, London: Sage Publications.
- Berger, A. .A (1998), *Media Analysis Techniques*, Second Edition, London: Sage Publications.
- Bell, D (2000), *The Future of Technology*, Kuala Lumpur: Pelanduk Publications (M) Sdn Bhd.
- Billington, R., Strawbridge, S., Greensides, L. dan Fitzsimons, A. (1991), *Culture and Society*, New York: The Macmillan Press Ltd.

- Bose, D. (2006), *Brand Bollywood: A New Global Entertainment Order*, London: Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1993), *The Field of Cultural Production*, New York: Columbia University Press.
- Burger, A. A (2003), *Media & Society: A critical perspective*, The R&L Series in Mass Communication, New York: Rowman & Littlefield Publishers Inc.
- Buku *Dasar Industri Kreatif Negara*, (2011), Kuala Lumpur,: Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan.
- C. Samuel Craig, H. Greene dan Susan P. Douglas (2005), *Culture Matters: Consumer Acceptance of U.S Films in Foreign Markets*, Journal of International Marketing, Vol 13, No 4, muka surat 80 hingga 103.
- Carey, J. W. (1992), *Communication As Culture: Essays on Media and Society*, New York: Routledge.
- Chadha, K. dan Kavoori, A. (2000), *Media Imperialism revisited: some findings from Asia case*, Media Culture and Society, SAGE Publications, Vol 22:415-432.
- Chua Yan Piaw (2011), *Kaedah Penyelidikan* (Edisi Kedua), Kuala Lumpur: McGraw Hill.
- Curran, J. (2000), *Media Organisations in Society*, New York: Arnold and Oxford University Press, New York.
- Curtin, M. (2009), *Thinking Globally: From Media Imperialism to Media Capital dalam Media Industries: History, Theory and Method* suntingan Holt, J. dan Perren, A., New York: Wiley Blackwell.
- Danesi, M. (2002), *Understanding Media Semiotics*, New York: Arnold.
- Ding Choo Ming (2003), *Information Imperialism*, muka surat 11-21, Volume 30 Number 1, Media Asia, Asian Media Information and Communication Centre, Nan yang Technological University.
- Doyle, G. (2002), *Understanding media economics*, London: Sage Publication.
- Ebenstein, A., Ebenstein, W. dan Fogelman, E. (2000), edisi kesebelas, *Today's Isms: Socialism, Capitalism, Fascism, Communism and Libertarianism*, New York: Prentice –Hall Inc.
- Eliashberg, J., Elberse, A., Mark A, Leenders, A. (2006), *The Motion Picture Industry: Critical issues in Practice, Current Research, and New Research Directions*, Marketing Science, Vol 25, No 6, muka surat 638-661.
- Faber, R.J., O'Guinn, T. C., & Hardy, A. P., (1988), *Art film in suburbs: A comparison of popular and art film audiences*. Current Research in Film: Audiences, Economics and Law, Vol 4: 45-53
- Fauziah Kartini Hassan Basri, Faridah Ibrahim dan Mohd Safar Hasim (2009), *Penontonan Filem Cereka Di Malaysia :Tingkah laku, Citrasa, Persepsi dan Harapan*, Kuala Lumpur: FINAS.

- Featherstone, M. (1999), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, London :Sage Publications Ltd.
- Flew, T. (2005), *New Media: An Introduction*, Edisi Kedua, Oxford: Oxford University Press.
- Fu, W., W. (2006), *Concentration and Homogenization of International Movie Sources : Examining Foreign Film Import Profiles*, Journal of Communication, International Communication Association, muka surat 813 – 835.
- Fu. W., W. dan Sim, C. (2010), *Examining International Country – to – Country Flow of Theatrical Films*, Journal of Communication, muka surat 120 – 143.
- Galander, M. M. (2008), Global Communication and Cultural Desensitisation: Repackaging Western Values for Non-Western markets. Intellectual Discourse, Vol. 16, No 1. Muka surat 1-19.
- Galvin, M. (2004), *Converging and hybrid Communication Systems and September 11 :A Case Study dalam Media in a terrorized World: Reflections in the Wake of 9/11*, S Venkatraman (ed), Eastern Universities Press.
- Gelinas, J. B. (2003), *Juggernaut Politics: Understanding Predatory Globalization*, Zed Books (London & New York).
- Gentile, D. A. (2003), *Media Violence and Children: A Complete Guide for Parents and Professionals*, Connecticut: Praeger Westport. .
- Gin Chee Tong, Umi Khattab (2008), Mecha, Meka: American, Japanese, or What? Debunking Cultural Imperialism, *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, Jilid 10 Nombor 1 muka surat 135-150.
- Green, L. (2001), *Communication, Technology and Society*, London: Sage Publications.
- Gunter, B. (2000), *Media Research Methods*, London: Sage Publications.
- Hasrul Hashim, Jamaluddin Aziz dan Faridah Ibrahim (2014), *Filem dan Revolusi Teknologi : Persepsi Penggunaan CGI daripada Aspek Estetik dan Kreativiti*, *Jurnal Komunikasi*, Jilid 30 (Edisi Khas), 2014:95-106.
- Herman, E.S. ,McChesney, R.W (1997), *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*, Washington: Cassal.
- Herman, E. S. ,Chomsky, N. (1988), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York: Pantheon Books.
- Hesmondhalgh, D. (2013), *The Cultural Industries*, Edisi Ketiga London: Sage Publications
- Herwina Rosnan dan Zarith Delaila Abdul Aziz (2012), *Film Business in Malaysia : Challenges and Opportunities*, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol 2 No.12 (Special Issue – June 2012).
- Jamaluddin Aziz, Hasrul Hashim dan Faridah Ibrahim (2014), *Malaysian Film Industry In Transformation: Challenges And Potential*, *Jurnal Komunikasi*, Jilid 30 (1) 2014: 37-51.

- Junaenah Sulehan, Nor Azizan Idris, Nik Hairi Omar dan Mohd Yusof Hussain (2005), *Masyarakat Perubahan dan Pembangunan*, Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Juliana Abdul Wahab dan Mahyuddin Ahmad (2009), *Filem Box Office dan ideology: Satu Kajian Terhadap Filem-Filem Terpilih di Malaysia*, *Wacana Seni Journal of Arts Discourse*. jil/Vol.8 muka surat 44-52. Access date and time wacanaseni.usm.my/Wacana20Seni, Oktober 23, 2012 time: 7pm.
- Keane, M. (2006), *Once peripheral: creating media capacity in East Asia*, *Media, Culture and Society*, SAGE Publications, Vol. 28(6): 835-855.
- Keshishoglou, J. E. (2004), *Television content in transition*, muka surat 218-223, Volume 31, Number 4, *Media Asia*, Asian Media Information and Communication Centre, Nan yang Technological University.
- Keyton, J. (2001), *Communication Research : Asking Questions, Finding Answers, California* : Mayfield Publishing Company.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement*, Vol 30, muka surat 607-610.
- Kim, Y. (2008), *Media Consumption and everyday life in Asia*, New York, London: Routledge.
- Kua Kia Soong (1985), *National Culture and Democracy*, Kuala Lumpur: Eagle Trading Sdn Bhd.
- Kung, L. (2008), *Strategic Management in The Media – Theory to practice* London: Sage Publications.
- Kuo. E., C. Y., dan Xioge, X. (2005), McBride Report 25 Years After: An Asian Review, *Media Asia*, Vol 32, No 2, Asia Media Information and Communication Centre (AMIC), muka surat 63-66.
- Lee , Gunho (2005), *Not only a Critical Thinker, but also an Active Participant*, Conference Papers – International Communication Association Annual Meeting New York, p1-28.
- Lee,M.H., dan Han. E., Y. (2006), Competition : Hollywood versus Domestic Films : Release Strategies of Hollywood Films in South Korea, *The International Journal on Media Management* Vol 8, Issue 3, muka surat 125 -133.
- Lee, F.L.F., (2008), Hollywood movies in East Asia : Examining Cultural Discount and Performance Predictability at the box office, *Asian Journal of Communication*, VOL 18, No 2, muka surat 117 – 136.
- Leong, A.C.Y. (2002), *Korean Cinema: The New Hong Kong – A Guide for The Latest Korean New Wave*, Toronto: Trafford Publishing.
- Lewis, J. dan Miller, T. (2003), *Critical Cultural Policy Studies : A Reader*, New York: Blackwell Publishing.
- Lieberman. A. dan Eastgate, P. (2002), *The Entertainment Marketing Revolution*, New York: Prentice Hall.

- Lim Kim Hui dan Har Wai Mun (2008), *Globalisasi: Media dan Budaya: Antara Hegemoni Barat dengan Kebangkitan Asia*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP).
- Linton, J. M., & Petrovich, J. A., (1988). *The application of consumer information acquisition approach to movie selection: An exploratory study*. Current Research in Film: Audiences, Economics and Law, Vol. 4: 24-44
- Lukman Z, Mohamad dan Azmi Abdul Manaf (2003), *Globalisasi dan Budaya Global: Ancaman Baru kepada Masyarakat Dunia? Dalam Globalisasi di Malaysia*, Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn Bhd.
- Lull, J. (2000), *Media, Communication, Culture: A Global Approach*, New York: Blackwell Publishers Ltd..
- Mack A, Plant D, dan Doyle U (1979), *Imperialism Intervention and Development*, London: Croom Helm Ltd.
- Mahathir Mohamad (2000), *Multimedia Super Corridor*, Kuala Lumpur: Pelanduk Publication..
- Maidment, R dan Mackerras, C. (1998), *Culture and Society in the Asia Pacific*, London: Routledge.
- Martel, L. (2007), *The Third Wave in Globalization Theory*, International Studies Review, Volume 9, 173-196, Blackwell Publishing.
- Mattelart, A (1979), *Multinational Corporations and the Control Culture: The Ideological Apparatuses of Imperialism*, The Harvester Press-Sussex.
- Mattelart, A & Stourdze, Y (1985), *Technology, Culture and Communication: A Report to the French Minister of Research and Industry*, Elsevier Science Publishers B V.
- Martin, L. J. dan Chaudhary, A. G (terjemahan oleh Bukhory Haji Ismail) (1997), *Sistem Media Massa: Suatu Perbandingan*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- McChesney, R. W.(2001), *Global Media, Neoliberalism and Imperialism*, *Monthly Review*, Volume 52, number 10, muka surat 1-17.
- McChesney, R.W (2004), *The Political Economy of International Communications dalam Who owns the media: Global trends and local resistances*, disunting oleh Pradiptomas, P. N., dan Zaharom Nain, Kuala Lumpur: Southbound Sdn Bhd,
- McLuhan, H., M (1962), *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typhographic Man*, London: Routledge and Kegan Paul.
- McQuail, D. (2000), *McQuail's Mass Communication Theory*, Edisi Keempat, London: Sage Publications.
- Md Azlan Shah Md Syed & Mohd Nazri Ibrahim (20012), *Drama Rantaian Asia: Wanita Melayu, Gelagat Menonton, Dan Idea Kemodenan*, Jurnal Pengajian Media Malaysia, Vol14, No:1, muka surat 17-34

- Mohd Khairie Ahmad, *Imperialisme atau Globalisasi: Suatu Paradoks Media Antarabangsa* dalam Mohd Azizuddin Mohd Sani et .al (2004), *Globalisasi Dalam Perspektif:Isu dan Cabaran* , Kuala Lumpur: IBS Buku Sdn Bhd.
- Mohamad Nazari Ismail (2007), *The Globalisation Debate: A Case of Barking up the Wrong Tree*, Kuala Lumpur: Universiti Malaya Press..
- Mohd Nizam Othman, Siti Zubaidah Omar, Hamisah Hassan dan Narimah Ismail, (2008), *Dimensions of Communication: Malaysian Experience*, Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Mohamad Md Yusoff et.al (2006), *Dinamika Media dan Masyarakat Malaysia*, Pulau Pinang: Penerbit Universiti Sains Malaysia.
- Morley, D. (2006), *Cultural Imperialism reconsidered* dalam *Media and Cultural Theory* yang disunting oleh James Curran dan David Morley, New York: Routledge.
- Movius, L. (2010), *Cultural Globalization and Challenges to traditional communication theories*, *Journal of Media and Communication* 2(1) (January) muka surat 6 -1
- Mowlana, H. (1986), *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*, Longman New York & London..
- Millet, R. (2006), *Singapore Cinema*, Singapore: Didier Millet Private Limited.
- Nabi, M. B., (2003), *The Question of culture*, Kuala Lumpur :The International Institute of Islamic Thought, Islamic Book Thrust.
- Naisbitt, J. (1995), *The Global Paradox*, London: London: Nicholas Brealey Publishing Limited.
- Nordenstreng, K. dan Schiller, H., I. (1979), *National Sovereignty and International Communication*, New York: Ablex Publishing Corporation.
- Nye, J. S., (2005), *Understanding International Conflicts: An Introduction to theory and history*, Edisi kelima, New York: Pearson Education Inc.
- Ohmae, K. (2007), *Benua Maya: Empat Keperluan Strategik Dalam Ekonomi Baru* (terjemahan Azman Ayub), Kuala Lumpur: Institut Terjemahan Negara Malaysia Berhad.
- Ogan, C. L. (2007), *Communication and Culture* dalam *Global Communication* suntingan Yahya R Kamalipour, Thomson Wadsworth.
- Oswell, D. (2006), *Culture and Society: An Introduction to Cultural Studies*, London: Sage Publications.
- Otmazgin, N. K. (2005), *Cultural Commodities and Regionalization in East Asia*, *Contemporary Southeast Asia* 27, No 3 (499-523).
- Patelis, K. (2000), *The Political Economy of the Internet* dalam *Media Organisations in Society* suntingan Curran, J., New York: Arnold and Oxford University Press.
- Philips, A. J., Edisi kedua(2011), *Educational Research Methodology*, Kuala Lumpur :Open University Malaysia..

- Plowright, D. (2011), *Using Mixed Methods: Frameworks for an Integrated Methodology*, London: Sage.
- Quarles, J. (2006), *Cultural Industries on the Global Stage : The Evolution of a Global Discourse, Its Key Players and Its Impact in the Asean Region*, Media Asia Vol 33, No 1 & 2, muka surat 58 – 64.
- Rogers, R.A (2006), *From Cultural Exchange to Transculturation: A review of reconceptualization of Cultural Appropriation*, Communication Theory, Volume 16, Number 4, November 2006, Journal of the International Communication Association, Blackwell Publishing, muka surat 474-500.
- Rahmah Hashim dan Raslan Ahmad (2010), *Information Technology, Media and Society*, Kuala Lumpur: Meteor Doc Sdn Bhd..
- Ramli Mohamed (2003), *Sinema dan penonton di Malaysia*, Pulau Pinang: Penerbit Universiti Sains Malaysia.
- Roach, C. dalam Golding, P. dan Harris, P. (1997), *Beyond Cultural Imperialism: Globalization, communication and The New International Order*, London: Sage Publication..
- Roberts, J.T &White, A (2000), *From modernization to globalization: Persepctives on development and social change*, New York: Blackwell Publishing.
- Robertson, R. (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage Publications.
- Roberts, J., T. dan White, A. (2000), *From modernization to globalization: Persepctives on development and social change*, New York: Blackwell Publishing.
- Ryan, J. dan Wentworth, W.M. (1999), *Media and Society: The Production of Culture in the mass media*, Boston :Allyn and Bacon.
- Sardar, Z. dan Davies, M.W., (2004), *American Dream Global Nightmare*, Britain: Icon Books Ltd..
- Salleh Ghani (2013), *Filem Melayu dari Jalan Ampas ke Ulu Klang*, Kuala Lumpur: terbitan FINAS dan Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan.
- Shamsul Amri Baharuddin (2007), *Budaya Yang Tercabar*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- ShakilaYacob (2005), *Amerika Syarikat: Pembentukan Negara Bangsa*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Schiller, H.I., (1986), *Information and The Crisis Economy*, New York: Ablex Publishing Corp.
- Schuster. M. J., (2002), *Informing Cultural Policy: The Research and Information Infrastructure*, New Jersey: Center for Urban Policy Research The State University of New Jersey.
- Setijadi, C. (2005), *Questioning Proximity: East Asian TV dramas in Indonesia*, Media Asia, Vol.32 No 4, muka surat 197-204.



- SrebernyA (2000), *The Global and the Local in International Communications* dalam *Mass Media and Society* suntingan Curran, J dan Gurevitch, A. M., New York: Oxford University Press Inc.
- Straubhaar, J.D. (2008), *Global, Hybrid or Multiple? Cultural Identities in the Age of Satellite TV and the Internet*, NORDICOM REVIEW, November 2008, Vol 29, Issue 2, muka surat 11-29
- Strinati, D (2000), *An Introduction to Studying Popular Culture*, New York: Routledge.
- Suryadinata, L. (2000), *Globalization and the Challenges to Malay Nationalism as the Essence of Malaysian Nationalism*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Su, W. (2010), To be or Not To Be? China's Cultural Policy and counter hegemony strategy toward global Hollywood from 1994 to 2000, *Journal of International and Intercultural Communication*, Vol 3, No.1, February 2010, muka surat 35-58.
- Swann, P. (1991), The Little State Department: Hollywood and the State Department in the postwar world, *American Studies International* ; April 91, Vol 29 Issue 1, muka surat 2 hingga 17.
- Taylor, S. J. dan Bogdan, R. (1984), *Introduction To Qualitative Research Methodology: The Search for Meanings*, New York :John Wiley and Sons.
- Throsby, D. (2008), *Modelling the cultural industries*, International Journal of Cultural Policy, Vol.14 No.3, August 2008, muka surat 217 hingga 232.
- Tilaka wardana, S. (2005), To Be The Cine – Hub of Asia :Exploring the Probability of Developing Singapore as an Asian Film Hub through International Co-Productions, *Media Asia*, Vol 32, No 1 muka surat 39 – 45.
- Thussu, D. K. (2006), *Contra flow in media: An Asian Perspectives*, paper presented at the conference Media in Asia: Aspirations, Choices and Realities at AMIC Conference in Penang, 17 – 20 July 2006.
- Tunstall, J. dan Palmer, M. (1991), *Media Moghuls*, London: Routledge..
- Virmala Perumal, Hamisah Zaharah Hassan, Jusang Bolong dan Mohd Nizam Osman, (2012), A Review on the Development, Challenges and Contributions of Independent Film Activities in Malaysia Film Industry, *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, Vol 6, Issue 4
- Vogel, H., L. (2001), *Entertainment Industry Economics*. Cambrigde: University Press, Cambridge, New York.
- Watson, J. (1998), *Media Communication: An Introduction to theory and process*, New York: Blackwell Publishing.
- Wildman. S., S. (1995), Trade Liberalization and Policy for Media Industries: A Theoretical Examinaton of Media Flows, *Canadian Journal of Communication*, Vol 20, Number 3
- Weinstein, J. (1997), *Social and Cultural Change: Social Science for a dynamic world*, New York: Allyn and Bacon.

Yen, L.C. dan Aquilia. P. (2006), *Exporting the Nation : Singapore International Co-productions and National Cinema*, Media Asia Vol 33, No 1 & 2, muka surat 23 – 27.

Young, L.S., Mee, K.E., dan Hee, J. S. (2009), *On the Exportability of Korean Movies*, Review of Development Economics, Vol 13 Issue 1; muka surat 28 – 38.

.

## **TESIS**

Darinah Ahmad (1995), *Cultural Imperialism Through Advertising: The Case of Advertising in Malaysia*, PhD Dissertation, University of Nebraska, muka surat 7-30.

Herwina, Rosnan (2011), *A Study of the effect of globalization on the Malaysian film production industry*, PhD thesis, University Malaya.

Wan Aida Wan Yahaya (2011), *Historical films and Asian nations: Struggles for independence and emancipation- a gendered perspective*, PhD dissertation, Monash University.

Norman Yusoff (2013), *Contemporary Malaysian Cinema: Genre, Gender and Temporality*, PhD dissertation, University of Sydney.

## **AKHBAR/MAJALAH/BLOG/AGENSI BERITA**

A, Wahab Hamzah, artikel bertajuk *Fenomena Filem Seram – Antara Keuntungan dan Ketegaran Sebuah Genre*, majalah Sinema Malaysia, terbitan FINAS, muka surat 13-16, bilangan 1, 2011.

Abdul Aziz Ittar, *Filem lebih banyak pembelaan?*, Utusan Malaysia, 6 Disember 2011.

Abdul Aziz Ittar, *Tubuh Pawagam Nasional*, Utusan Malaysia, 25 September 2012.

Abdul Aziz Ittar, *Tandus idea?*, Utusan Malaysia, 8 Januari 2013.

Abdul Aziz Ittar. *Tingkat mutu bayaran skrip*. Utusan Malaysia, 8 Januari 2013.

Akmal Abdullah, *Fenomena Filem Hantu – Merancakkan Industri Filem Malaysia*, majalah Sinema Malaysia terbitan FINAS, muka surat 26-29, bilangan 1, 2011.

BERNAMA, *Kerajaan peruntuk RM3.5 juta bagi kerusi P. Ramlee* (12 Oktober 2012), akses pada 21 Oktober 2012 pada jam 5.06 pm.

BERNAMA, *Industri kreatif berpotensi sumbang kepada KDNK Negara – Najib*, akses pada 14 Oktober 2014 pada jam 4.30pm.

BERNAMA, *Rais Yatim Local Film Producers to enjoy 30 percent rebate on cost of film production – Rais Yatim*, access on March 15, 2012 at 4.00 pm.

Elrafaei Sapi, *Menjual Idea Terbaik*. Harian Metro, 5 November 2011.

Fariza Saidin dalam ruangan Suara Industri – Ahmad Idham: Terus Melakar Sejarah, majalah Sinema Malaysia, terbitan FINAS: Kuala Lumpur, muka surat 13-15, edisi Oktober –Disember 2009.

- Hashim Fauzy Yaacob, Globalisasi dan kesan negatif ke atas budaya, Pemikir, Utusan Publications: Kuala Lumpur, April-Jun 2004, muka surat 1-29.
- Hanisah Selamat, 2 Filem Seminggu, Berita Harian, 7 Mac 2012.
- Hartati Hassan Basri, 29 Judul Filem: Sasaran David Teo selepas hasilkan 19 filem tahun ini, 25 Oktober, 2011, Harian Metro.
- Ismail Gareth Richards (2006) dalam ruangan Sinema Luar Negara – *Film and Free Trade : Korean cinema at the crossroads*, dalam edisi khas Sinema Malaysia terbitan FINAS: Kuala Lumpur, muka surat 45 – 47.
- Johan Jaaffar, Filem tempatan perlukan bahan sastera, Berita Harian, 26 September 2012.
- Linda Archibald, Malaysian creativity reaches global heights, Malaysian Reserve, May 17, 2013.
- Mohd Rashdan Ahmad, Ingatlah Dasar Filem Negara, Utusan Malaysia, 9 September 2012. Internet Access [www.utusan.com.my](http://www.utusan.com.my) on September 30, 2012.
- Mohd Mahyidin Mustakim, Bersama mantapkan industri filem Malaysia, Sinema Malaysia terbitan FINAS (Oktober-Disember 2007), muka surat 9.
- Malay film, Malaysian Film on road to transmission, [mahadijmurat.blogspot.com/2012/05/malay-film-malaysian-film-on-road-to.html](http://mahadijmurat.blogspot.com/2012/05/malay-film-malaysian-film-on-road-to.html). Internet access on October 6, 2012 at 3.44pm.
- Nor Akmar Samudin, Kutip RM15 juta :Tiga filem terbitan Grand Brilliance pecah panggung, Harian Metro, 18 Januari 2013.
- Norman Yusoff (2011), Mengapa filem seram disukai ramai, Mingguan Malaysia, 23 Oktober 2011.
- Oxford Economics (2013), The Economic Contribution of the Film and Television Industries in Malaysia, London: Oxford, muka surat 2-16..
- Rozdan Mazalan. Ingin insentif berasingan. Berita Harian, 7 Januari 2013.
- Raja Nur fatimah Mawar Mohamed, Sukarnya filem raih RM1 juta: Syarat Wajib Tayang Finas didakwa punca tak laku, Berita Harian 6 Januari 2013.
- Tengku Suzana Raja Hamat, *Filem kita dan kesakitan*, 30 Julai 2009, capaian menerusi portal [www.sinemamalaysia.com.my](http://www.sinemamalaysia.com.my) pada 4 September 2012.
- The favoured spot Putrajaya popular with local and foreign film makers*, The Star, 23 Februari, 2012 .
- TunDr Mahathir Mohamad, “ *Filem hantu racun minda,*” *Lambakan cerita tahyul punca histeria*, Berita Minggu, 2 Oktober, 2011.
- Wanda Idris, *Nilai filem tempatan* Utusan Malaysia 10 Julai 2012.
- Wujudkan pawagam mini di bandar kecil*, Sinar Harian 4 Jun 2103.
- Zainuri Misfar (30 Disember 2008) *Sasaran Sejuta Penonton dalam portal* [www.sinemamalaysia.com.my](http://www.sinemamalaysia.com.my). Masa dan tarikh capaian 8 Oktober 2012 10.50pm.

## INTERNET

Cultural, Trade and Globalization: What do we understand by cultural industries,  
[www.unesco.org/culture/industries](http://www.unesco.org/culture/industries)

Tokoh filem Ibrahim Hassan atau Ibrahim Pendek dalam arkib negara. Capaian  
[www.arkib.gov.my/IbrahimHassan](http://www.arkib.gov.my/IbrahimHassan) . Capaian pada 8 Oktober. 2013 pada  
10.30pm.

*Ciptaan Malaysia di pentas dunia*, Berita Harian 17 September 2012. Access time  
6.44am pada 17 September 2012. .

Laman web rasmi FINAS, [www.finas.gov.my](http://www.finas.gov.my) capaian pada 25 September 2013.

European Audio Visual Observatory, [www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int), akses pada 20 September 2012

Doobo, S. (2005), *Globalization and Cinema Regionalization in East Asia, Korea*  
Journal/Winter muka surat 234-260 dicapai menerusi laman web  
gsis.korea.ac.kr/file/board-data/mboard pada 23 September 2012.

Mohd Daly Daud, Nursyamimi Harun dan Md Rozalafri Johori (2014), *Isu – Isu*  
*Penulisan Skrip: Masalah Yang Memerlukan Penyelesaian*,  
[www.kus.edu.my/comm2014/ejournals](http://www.kus.edu.my/comm2014/ejournals). Accessed February 6, 2015 at 8.05 pm.

Wooing ‘Wolverine’ for death march movie,  
[www.thestar.com.my/news/nation/2014/08/02](http://www.thestar.com.my/news/nation/2014/08/02) access time 11.15 pm August 2,  
2014).

[www.kdn.gov.my/indeks.php/ms/lpf-klasifikasi-filem](http://www.kdn.gov.my/indeks.php/ms/lpf-klasifikasi-filem).

## KERTAS PERSIDANGAN/PROSIDING/LAPORAN

Al-Roubie, A. *Heritage, Culture and Globalization*, paper presented in the International  
Conference on the 10<sup>th</sup> session of the Islamic Summit Conference, Kuala  
Lumpur, October 13-14, 2003.

Azizah Hamzah (2006), *Tuntutan globalisasi terhadap media massa*, kertas kerja yang  
dibentangkan pada Seminar Media Massa anjuran Kementerian Keselamatan  
Dalam Negeri di Putrajaya

Kamil Othman (2000), *Framework for the development of the creative industries in the*  
*Multimedia Super Corridor*, a paper presented to the Ministry of Science,  
Technology and Innovations as a result of initial survey done by Creative  
Multimedia Unit, Multimedia Development Corp in order to formulate a  
framework for the local creative industries.

Lee, Jung –yup (2010), *Constituting the national economy: The KOCCA and cultural*  
*policy discourses in South Korea*, Conference Papers for International  
Communication Association Annual Meeting, muka surat 1-21.

- Mohamad Md Yusoff (2007), pembentangan kertas kerja bertajuk *Televisyen: Ke arah penjajahan budaya asing atau memerdekakan jiwa baru?* Pada seminar Pemerkasaan Televisyen dan Peralatan Komunikasi Sebagai Saluran Berkesan Dalam Mendidik Masyarakat, anjuran Institut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM).
- Ucapan Datuk Seri Utama Dr Rais Yatim pada pelancaran Jelajah Kreatif Dasar Industri Kreatif pada 21 Oktober 2011.
- Koleksi Kertas kerja dan Ucapan Persidangan Meja Bulat (1), Pusat Kajian Media Antarabangsa, *TV Satelit di Malaysia: Prospek, Polisi dan Nilai*, Siri Penerbitan ICMS, 28 Oktober 1996.
- UNCTAD (2008), *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy Making*, UNDP, New York.
- UNESCO (2006), *Trends in Audio Visual Markets: Regional Perspectives from the South*, Paris, Perancis.
- Doobo, S. (2004), *The Glocalization of the Korean Media*, Conference Papers, International Communication Association Annual Meeting, muka surat 1 – 29.
- Wayne, F. dan Claire, S. (2007), *Why Do People Watch What They Watch? Explaining Film Import Choices of Individual Countries among the Production Sources*, Conference Papers, International Communication Association Annual Meeting, muka surat 1- 8.
- FINAS, Shoot Asia in Malaysia: 30 % Film in Malaysia Incentive, Kuala Lumpur: Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan (2013)

## **LAMPIRAN A**

### **SOALAN – SOALAN UNTUK ‘IN-DEPTH’ INTERVIEW**

1. Apakah definisi produk budaya mengikut takrifan GB?
2. Bagaimanakah status industri produk budaya di negara ini?
3. Bagaimanakah status industri produk budaya tempatan berbanding dengan negara lain seperti Singapura, Thailand, Filipina, Korea Selatan dan Jepun?
4. Bagaimana dengan polisi industri produk budaya negara. Adakah Malaysia memiliki polisi yang jelas mengenainya?
5. Apakah polisi yang diperlukan negara untuk mewujudkan industri produk budaya yang berdaya maju dan berdaya saing seperti di Korea dan Jepun?
6. Berdasarkan kajian awal yang dilakukan MDeC dan MCMC wujudnya pertindihan terhadap bidang kuasa antara kementerian dan agensi kerajaan dalam penghasilan produk budaya. Ia adalah satu hambatan yang boleh mengganggu kemunculan industri produk budaya tempatan. Apakah jalan penyelesaiannya?
7. Dengan cadangan penubuhan Suruhanjaya Kandungan bagi mengatasi masalah berkenaan adakah ia mampu melaksanakan bidang kuasa yang diberikan?
8. Kita mengimport sejumlah besar filem dan televisyen untuk ditayangkan di pawagam dan kaca televisyen tempatan. Kemasukan itu sedikit sebanyak menggugat budaya tempatan. Apakah polisi kerajaan mengenai kemasukan filem/program televisyen yang diimport?
9. Bagaimana pula kandungan/filem/program televisyen tempatan yang dieksport ke luar negara. Siapakah negara pengimport utama kandungan Malaysia? Bagaimanakah pengimportan kandungan dari negara lain seperti Singapura, Thailand, Filipina, Korea Selatan dan Jepun?
10. Apakah faktor geo-budaya (geo-cultural) memainkan peranan penting dalam pengeksporan dan import filem/program televisyen?

11. Bagaimanakah kesan penyatuan antara teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) mempengaruhi penghasilan, pengedaran dan penyebaran industri produk budaya tempatan?
12. Adakah penyatuan antara teknologi maklumat dan komunikasi itu akan memberikan kelebihan atau keburukan kepada budaya tempatan terutamanya hasil daripada kemasukan produk budaya dari luar negara?
13. Bagaimanakah kesan penyatuan ICT berkenaan boleh menggugat budaya tempatan?
14. Pendedahan terlalu lama penonton terhadap program televisyen yang diimport dan kekerapan menonton filem di pawagam akan menyebabkan mereka menerima mesej dalam bentuk budaya dari Barat dan menerimanya sebagai satu kemajuan yang ada di dalam dunia. Bagaimanakah negara boleh menangkis budaya Barat yang menerjah masuk ke dalam rumah dan seterusnya menguasai minda penonton?
15. Pendedahan berterusan budaya Barat menyebabkan terhakis nya budaya setempat. Apakah langkah yang perlu dilakukan untuk membolehkan budaya tempatan diterima dan diamalkan secara konsisten?
16. Bagaimana dengan mutu penghasilan karyawan tempatan, adakah hasil mereka diiktiraf pada peringkat tempatan dan antarabangsa?
17. Adakah karya filem/program drama tempatan yang diterbitkan sarat dengan ideologi yang mengetengahkan budaya tempatan?
18. Pada tahap manakah budaya Barat di terima oleh penduduk di negara ini dan mengamalkannya dalam kehidupan seharian?
19. Adakah terbentuk budaya hibrid iaitu mengambil terus nilai dari Barat dan diasimilasikan ke dalam budaya tempatan?
20. Benarkan kemajuan dalam bidang teknologi khususnya imej janaan komputer (CGI) menyebabkan kos pembikinan filem menjadi lebih murah?

## **LAMPIRAN B**

### **TRANSKRIP KUMPULAN FOKUS DI UM, 11 OGOS, 2008**

Seramai 14 pelajar tahun dua dan tiga penuntut Jabatan Pengajian Media menyertainya.

Format: temu bual mendalam kumpulan indepth focus group (dibahagikan kepada 4 kumpulan)

Time: 10am (tamat anggaran 11.15 am)

Soalan secara berstruktur, jawapan yang diberikan responden diproses secara verbatim.

#### **SOALAN KEPADA KUMPULAN FOKUS**

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar negara?
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
- 5) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea, Jepun atau yang diminati? Mengapa



- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

#### RESPONDEN PERTAMA (Jancy A/P Gnanapragasam)

1. Tidak pernah menonton filem dalam tempoh April hingga Julai.
2. Kekerapan menonton dua hingga tiga kali setahun
3. Genre yang diminati – komedi, pengembaraan (adventure) dan kartun (animasi)  
Genre itu diminati kerana memberikan kepuasan dan ketenangan ketika menontonnya
4. Budaya barat yang ditonjolkan dalam titanic (terlalu mengagungkan budaya Barat) manakala Terminator penuh dengan keganasan.
5. Teknologi sangat mempengaruhi dalam penerbitan filem kerana melalui teknologi ini dapat menjadikan sesuatu cerita lebih menarik.
6. Lebih kepada jalan cerita berbanding barisan pelakon
7. Bahasa tidak menjadi masalah kerana telah disediakan subtitle bagi memudahkan penonton.
8. Masih belum dapat menyaingi, salah satunya teknologi rendah dan jalan cerita tidak berubah (stereotype).
9. Hrithik Roshan (Bollywood) – kerana mampu menghayati filem dengan
10. Lebih seronok menonton di panggung kerana mempunyai skrin yang luas dan memberi kepuasan.

## RESPONDEN KEDUA (Buveneswary a/p Daviid)

1. Julai (filem: Dasavatharam)
2. Kekerapan menonton dari luar (saluran Astro) – setiap hari
3. Genre diminati: bertemakan keluarga, seram, komedi, romantik dan agama.  
Tujuan menonton bagi mengisi masa lapang dan menimba ilmu. Filem yang ditonton mengajar mengenai etika dan moral serta membolehkan saya mengetahui apa yang salah dan betul dalam kehidupan. Menambahkan lagi kepercayaan saya terhadap tuhan. Selain itu, mengajar saya tentang kebudayaan, agama saya. Ia berkait rapat dengan personaliti saya.
4. Filem Ferryman (filem seram) nilai barat dalam filem – pakaian seksi, bahasa kasar, aksi romance dan tidak sesuai dengan budaya kita.
5. Ya, filem seram so teknologi mempengaruhi masyarakat untuk menonton filem itu.
6. Aktor. Sebab gaya lakonan mereka mempengaruhi masyarakat.
7. No. Sebab ada subtitle. Tambahannya, kita boleh mempelajari bahasa lain.
8. Tidak. Sebab penggunaan teknologi mereka tinggi. Walau bagaimanapun, filem tempatan semakin berkembang maju.
9. Kamalhasan, Jackie Chan, Will Smith, Zhang Zingyi, Jennifer Lpoez, Tom Cruise, Arnold Schwdzernagger dan Shah Rukh Khan. Sebab mahir dalam bidang lakonan, memainkan pelbagai jenis watak dan mahir dalam pelbagai bidang lain seperti nyanyian, pengarahan dan lain-lain lagi.
10. Panggung, Sound system dan big screen.
11. Jalan cerita baik tetapi bersifat sama terutamanya klimaks.
12. Filem aksi sebab barisan pelakon tempatan tidak mahu mengambil risiko semasa pengembaraan seperti di luar negara.

### RESPONDEN KETIGA (Nurfarizan Zainal)

- 1) Julai – sekali dalam tempoh tiga bulan (April hingga Julai)
- 2) Menonton filem sebanyak empat kali setahun
- 3) Genre diminati: komedi, thriller, adventure dan animasi. Ini kerana memberikan ketenangan semasa menonton, setengah filem memberikan moral dan pengajaran. Menarik minat saya untuk menonton secara lebih asyik.
- 4) Budaya Barat yang ditonjolkan. Ambil perkara baik dan tolak perkara buruk
- 5) Lebih banyak mempengaruhi filem – penjajahan budaya, hegemoni, dan teknologi.
- 6) Untuk menonton sesuatu filem jalan cerita adalah pilihan dan juga barisan pelakon. Memilih jalan cerita lebih baik kerana lebih berbaloi dan diyakini dapat memuaskan hati.
- 7) Bahasa tidak menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem kerana terdapat sari kata yang mengiri nya.
- 8) Filem tempatan tidak dapat menyaingi filem Hollywood kerana kualiti jalan cerita masih lemah.
- 9) Artis yang diminati Hrithik Roshan, Woo Ben< jacky Chan, Farid Kamil dan Saiful Apek. Artis terbabit diminati kerana gaya lakonan yang menarik, lebih memahami dan menghayati watak serta lakonan dapat memuaskan hati penonton.
- 10) Panggung, DVD dan menonton di rumah. DVD lebih baik kerana dapat mengeratkan hubungan kekeluargaan, boleh beramah mesra. Panggung lebih besar dan lebih jelas.

#### RESPONDEN KEEMPAT (Nurhidayah Umar)

- 1) Julai (kali terakhir menonton dalam tempoh antara March hingga Julai)
- 2) Kekerapan menonton filem luar – antara satu hingga dua kali sebulan.
- 3) Genre yang diminati – action, adventure, science fiction, romance dan sejarah.  
Ini kerana meminati bidang berkenaan disebabkan dapat menjana minda dan kreativiti.
- 4) Ia terpulang kepada individu.
- 5) Penggunaan teknologi dapat mempengaruhi penonton
- 6) Memilih jalan cerita. Tidak memilih pelakon
- 7) Tidak.
- 8) Bakat lakonan – ilmu mengenai bidang yang diceburi. Filem tempatan terlalu stereotaip, cerita tidak menarik dan skrip yang lemah.
- 9) Aktor Hollywood yang diminati – Reese Whiter spoon, Julia Roberts, Drew Barrymore dan Adam Sandler. Artis Malaysia – Ernie Sulastri dan Vanida Imran.
- 8) Genre tempatan yang dicadangkan ditingkatkan penerbitannya ialah aksi, thriller dan sejarah.

#### RESPONDEN KELIMA (Navaamuthan A/L Paramanathan)

- 1) Antara March hingga Julai – hanya sekali menonton filem luar – pada Julai
- 2) Tiada ketetapan. Mungkin hanya sebulan sekali.
- 3) Genre luar yang diminati – komedi, romantik, suspens kerana ia dapat menarik perhatian penonton.
- 4) .....TIADA JAWAPAN .....
- 5) Teknologi banyak mempengaruhi penonton.
- 6) Jalan cerita.

- 7) Tidak menjawab soalan – leave it blank
- 8) Pelakon tidak memiliki kemahiran dan ilmu, kualiti filem yang dihasilkan masih rendah.
- 9) Shah Rukh Khan, Aisyawara eai, Rajini dan Jackie Chan. Kerana lakonan yang berkesan.
- 10) Menonton di panggung wayang kerana skrin yang lebar dan sistem studio yang mantap.

#### RESPONDEN KEENAM (Kamalavacini Mariaman)

- 5) Teknologi mempengaruhi, penjajahan budaya dan hegemoni tidak
- 6) Jalan cerita dan pelakon. Ini kerana jalan cerita tidak berkualiti menyebabkan lakonan tidak berkualiti.
- 7) Bahasa tidak menjadi halangan
- 8) Filem tempatan tidak dapat bersaing dengan filem luar kerana rendah kualiti.
- 9) Julia Robert, Stephen Chow, Hrithik dan Aisyawara Rai.
- 10) Suka kat panggung, visual sound best....but kat rumah also o.k, budget kurang dapat control.
- 11) Very low, but some have a quality.
- 12) Action dan sains fiksyen.

#### RESPONDEN KETUJUH (Noramiza Mohd Zin)

- 1) Mei
- 2) Dua kali sebulan
- 3) Comedy – menghiburkan, adventure – exciting, thriller – exciting dan romantic – sedih
- 4) Baik diterima, buruk dibuang

- 5) Teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan.
- 6) Jalan cerita kerana kandungan cerita memastikan filem menarik.
- 7) Tidak
- 8) Filem tempatan tidak bermutu, kualiti skrip, pelakon, penerbitan tidak tinggi.
- 9) Hollywood – Julia Roberts, Drew Barrymore, Angelina Joli; Bollywood – Aishawara Rai; Korea – Song Hye Ko; Jepun – Takashi Kanohiro
- 10) Mengikut situasi – menonton di panggung kepuasan daripada sound system manakala di rumah – bebas bergerak.
- 11) Ya
- 12) Komedi, Action.

#### RESPONDEN KELAPAN (Muhammad Shafiq Samsi)

- 1) Jun
- 2) Sebulan antara dua hingga tiga filem
- 3) Genre diminati – aksi – sebab ianya hebat, memupuk sifat adventure, keberanian, aksi yang luar biasa –hebat. Komedi – dapat melapangkan dada. Romantik – dialognya yang romantis.
- 4) Budaya positif – diterima, negatif – ditolak
- 5) Penggunaan teknologi – dapat mempengaruhi manakala budaya dan hegemoni yang dipaparkan tidak mempengaruhi.
- 6) Jalan cerita dipentingkan. Pelakon hebat, cerita tak best tak guna juga.
- 7) Bahasa bukan halangan.
- 8) Jalan cerita yang sama, skrip lemah. Kualiti tidak menarik dan kurang memuaskan terhadap pelakon, pengarah, cerita dan skrip.
- 9) Minat Jim Carrey dan Shah Rukh Khan – dapat mempersembahkan /melakonkan apa saja watak diberikan.

- 10) Kalau ikutkan lebih suka kat panggung sebab sistem bunyi yang menarik dan skrin yang besar tetapi kerana nak jimatkan kos menonton di rumah lebih baik.
- 11) Jalan cerita filem tempatan.

#### RESPONDEN KESEMBILAN (P. Lovishina)

- 1) July
- 2) Everyday –Astro/DVD
- 3) Romance and horror – I am a romantic person and I enjoy watching people in love on screen and I love to get the creeps once in a while.
- 4) Legends of the Fall – It's a family story, on how the son sacrifices for the family. We can follow the bond that they have among their family members.
- 5) Yes because people are more attracted to movie with special effects. Cultural – everybody wants to follow the latest fashion.
- 6) Kedua-dua – if the storyline is interesting I would watch it and also depends if the movie starred my favorite actor, I will watch.
- 7) No –because I like watching Korean and Japanese movies.
- 8) I believe local movies still need a lot of improvement to compete with international movies. But we are slowly moving towards it. For example, Sepet was chosen for the international film festival.
- 9) Brad Pit – because he can act in many different characters, he can do different slangs. Takeshi – very good looking although he is Japanese, he still acts in Mandarin and Korean movies. Jay Chou – very talented actor/singer, he directed and composed all the music scores for his movie 'Secret'. Nicole Kidman – not stereotype, superb acting. Every time I see her acts I feel like I can experience what she is going through. Plus although she has been through a lot in her personal life. She still performed exceptionally well on screen. Shah

Rukh Khan – king of Bollywood. Kim Jeong Hyun – very romantic, make me melt.

10) DVD – watch with friends because you can do anything when you are at home.

You don't feel ashamed when you laugh or admire the artists on screen.

11) I think most stories are stereotype. For instance, Jalaluddin Hassan always plays the same character, very rare to him in different characters.

12) Romance movies because so far Malaysia film industry has shown a lot of improvement in this genre. So they should continue making love stories that are influential as Titanic or Romeo and Juliet and we are capable on doing so,

#### RESPONDEN KESEPULUH (Mariam Abbas)

1) Julai (Wanted)

2) Sebulan (4 kali)

3) Romance, comedy and action movie. Menonton filem kerana menghiburkan, mengasyikkan, rileks, ketenangan jiwa. Action movie dapat menghilangkan tekanan dan dapat membuka mata mengenai kehebatan sesuatu watak. Romance – boleh membuatkan rasa tenang, dan menghilangkan semua masalah.

4) Wanted – kasar dari segi bahasa, aksi melampau, pakaian – ada yang berbogel yang tidak sesuai ditonton secara umum. Nilai berkenaan tidak patut ditayang di dalam negara. Unsur penipuan untuk kepentingan sesuatu pihak.

5) Teknologi tinggi dapat mempengaruhi sesuatu filem untuk ditayangkan. Masyarakat mudah terpengaruh dengan nilai luar.

6) Saya akan memilih filem untuk ditonton berdasarkan yang diminati kerana cerita tersebut menarik minat saya. Apabila artis yang diminati berada dalam filem tersebut.



- 7) Bergantung kepada filem tapi terdapat movie/filem yang tiada subtitle/ada subtitle tapi tak faham.
- 8) Lembap, tidak dapat menyaingi filem luar, jauh berbeza dengan filem luar. Filem tempatan kebanyakannya mempunyai jalan cerita yang sama dan tidak menarik.
- 9) Arjun Rampal – handsome dan watak yang dibawa menarik minat.

Lee Dong Guan, Lee Jun Ki dan Kwan Sang Woo –handsome dan cute. Mereka daripada segi lakonan watak yang dijayakan menyayat hati, bersungguh-sungguh, seolah-olah cerita yang dilakonkan adalah watak mereka sendiri. Angelina Jolie – lakonannya menarik.

- 10) Beli DVD dan menonton di rumah, boleh menonton berulang kali.
- 11) Jalan cerita tempatan stereotaip, watak yang dilakonkan setiap pelakon adalah sama sahaja.
- 12) Filem action dan romance. Romance seperti filem Korea dan action seperti yang dilakonkan Jackie Chan.

#### RESPONDEN KESEBELAS (L. Mikala)

- 1) 21 Julai 2008.
- 2) Everyday (Astro, CD, theater)
- 3) Komedi, seram, percintaan. (Enjoy this genre after serious stuff, no need to think too much, relieve stress, I am romantic, make jokes that's why I choose those genre).
- 4) 21 – daripada skala (bad-worse), langsung tak boleh diterima.

- 5) Ya. Very much so. More visual effects....more interesting...computers are adapting easily.
- 6) Depends on the movie. Sometimes I choose by the story...but sometimes by the actors/actress in the movie. But as everyone knows not all Tom Cruise's movies are nice and not all comedy stories are nice.
- 7) Tidak sama sekali – unless no subtitles.
- 8) Ya , boleh menyaingi dengan filem luar like Gubra, sepet and Cinta tapi minority saja.
- 9) Aishawarya Rai – can dance, not much controversy and can act well  
 Abishek –no controversy, can act well, tall, dark with captivating eyes  
 Johnny Depp – can act well any role, that's! Cute  
 Shah Rukh –cute, act very well (villian, hero, joker), does it very well  
 Jay Chow—can act, sing, direct, compose songs and playing piano  
 Hrithik Roshan –damn handsome, can dance and fit body  
 Kamal Hassan –versatile Jacky Chan –actor/comedian
- 10) Panggung wayang. Sound effects, visual, cant get it at home with only VCD quality.
- 11) Most of the time. Yes some artist brings the characters.to every movie and almost all the same themed story got the same artist or the same dialogue.
- 12) Komedi, seram dan percintaan. The most basic theme/genre for a movie. If these could be upgraded than our local film industry would make it big one day. Those genres should be produced more.

#### RESPONDEN KEDUA BELAS (Kavirajan Jagarajan)

- 1) June – Talabathi
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar – setiap hari Astro

- 3) Romantik dan komedi. Ini kerana ia dapat merehatkan minda dan melupakan masalah dan semasa menonton dapat menyelami diri dalam cerita itu, seolah-olah kita adalah korektor itu. Amat meminati genre komedi kerana ia dapat menenangkan fikiran dan melupakan masalah. Sebab ia menyamai personaliti saya.
- 4) The Princess Elizabeth kerana ia menceritakan tentang sejarah hidup beliau serta dapat melihat muslihat-muslihat yang dilakukan oleh kaum lelaki apabila seorang wanita menjadi princess.
- 5) Ya kerana kejutan budaya mempengaruhi penonton. Tayangan romance mempengaruhi budaya kita. Pakaian
- 6) Minat pelakon terutama gaya/cara mereka berlakon. Jika pelakon itu berlakon kita boleh tahu memang perjalanan cerita itu memang bagus.
- 7) Tidak sebab ada subtitle. Filem-filem luar negara ada kesukaran jika tiada subtitle.,
- 8) Masih tidak dapat menyaingi filem dari luar negara kerana walaupun filem tempatan pada masa ini memang bagus dan dapat menarik minat penonton namun kecanggihan teknologi yang digunakan menyebabkan ketinggalan jauh.
- 9) Jackie Chan kerana cara dia berlawan, berlawak dan babak romantik. Ajith Kumar dan Asin – lakonan berkesan terutama ketika babak romantik dan suka berlawak. Shah Rukh Khan – suka bergurau dan berlawak dan yang menarik ketika bergaduh masih tetap bergurau dan Htithik Roshan –cara berlakon yang berkesan terutama babak romantik.
- 10) Saya gemar menonton DVD kerana dapat menjerit dan meluahkan perasaan tetapi jika di panggung terpaksa mengawal diri.
- 11) Sama saja jika ada perubahan pun tidaklah banyak. Cuma menukar aktor dan aktres sahaja tapi jalan ceritanya sama.

- 12) Komedi, romantik dan seram kerana kebanyakan penonton filem adalah remaja so sebagai remaja cita rasa mereka amat bergantung kepada filem sebegini.

RESPONDEN KETIGA BELAS (Nor Juliani Abdul Jabbar)

- 1) Julai – filem Hom Roong (THAI)
- 2) Kekerapan menonton filem luar negara – 4 kali sebulan menerusi TV, VCD dan Astro
- 3) Komedi, romance, seram. Genre ini tidak membosankan kerana dapat membuatkan penonton tidak kering gusi, terdapat teladan yang boleh diikuti, dapat membayangkan diri kita dalam filem berkenaan, dapat menenangkan fikiran dan berkaitan dengan personaliti diri.
- 4) Tiada (Tidak berminat)
- 5) Ya. Kerana untuk menghasilkan sesebuah filem haruslah menggunakan teknologi yang canggih dan ciri berkenaan amat diperlukan untuk menghasilkan sebuah filem yang mendapat sambutan hangat daripada penonton. Dari segi penjajahan budaya – kita akan terikut-ikut.
- 6) Jalan cerita yang menarik dapat menarik minat penonton menonton cerita. Dan tidak menjemukan walaupun ditonton berulang kali tambahan pula kalau pelakon yang diminati yang melakonkan watak dalam cerita berkenaan.
- 7) Tidak
- 8) Filem tempatan masih di tahap lama. Masih tidak dapat menyaingi filem luar kerana filem tempatan masih kekurangan teknologi canggih yang diperlukan bagi menerbitkan sesebuah filem menarik seperti filem luar.
- 9) Jacky Chan kerana pandai melakonkan watak yang diberikan, termasuk filem aksi yang dilakonkan beliau sangat real. Pretty Zinta – melakonkan watak dengan berkesan dan dapat menarik penonton seperti berada dalam cerita itu.

- 10) Beli DVD kerana dapat menonton berulang-ulang kali dan tidak perlu beratur panjang untuk membeli tiket wayang.
- 11) Ya jalan cerita filem tempatan sama. Pelakon juga melakonkan watak yang sama.
- 12) Komedi kerana negara kita masih kekurangan filem jenis komedi. Industri filem tidak seharusnya bergantung kepada filem seram semata-mata. Filem komedi juga perlu ditingkatkan penjualannya bagi menyeimbangkan jenis filem yang dikeluarkan di Malaysia.

**RESPONDEN KEEMPAT BELAS (Mohd Hafiz Ariffin)**

- 1) Julai – filem Ham Roong (Thai)
- 2) Kekerapan menonton filem luar – empat kali sebulan menerusi televisyen, Astro dan VCD/DVD
- 3) Komedi

**Transcribe wartawan penyiaran Bernama TV November 15, 2008**

**RESPONDEN KELIMA BELAS**

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Intan Syazwani Isa

Pekerjaan: Wartawan penyiaran

Status pendidikan: Sarjana Muda Kepujian Penyiaran

Tarikh: 27 November 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 14) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?

- 23 November 2008

15) Kekerapan menonton filem dari luar.

- Seminggu sekali

16) Genre yang diminati? Mengapa?

- Bergenre Feminisme dan suspen kerana Sebagai penonton saya lebih sukakan Filem yang mempunyai unsur feminisme dan suspen kerana dalam filem yang berunsurkan suspen , penonton tidak akan bosan dengan setiap scene yang ditonjolkan. Dalam filem yang bergenre Feminisme pula, saya gemar menonton reality yang berlaku pada wanita. Contohnya filem barat 'purple' yang memaparkan kisah-kisah besar wanita kulit hitam yang sering ditindas.

17) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?

- Pada pendapat saya, Budaya barat yang sering di tonjolkan terdiri daripada unsure positif dan negatif, sebagai penonton saya boleh menerimanya, tetapi dikhuatiri tidak sesuai dengan kanak-kanak atau remaja yang sedang meningkat umur.

18) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?

- Tidak , saya tidak merasakan penjajahan budaya berlaku di setiap keluaran filem luar kerana apa yang dipaparkan itu adalah realiti budaya kehidupan mereka.

Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?

- Saya lebih memilih kepada jalan cerita dan sinopsisnya.

19) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?

- Tidak

- 20) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Tidak, filem tempatan Malaysia masih di belakang filem luar. Daripada segi pengisian cerita, Filem tempatan terlalu klise di antara satu sama lain dan plot cerita terlalu sinonim. Daripada segi teknologi, kebelakangan ini dapat dilihat penggunaan CGI di dalam filem tempatan tetapi masih perlu dipertingkatkan.
- 21) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- Brad Pitt , Angelina Jolie, Jessica Alba, Takuya Kimura, saya meminati mereka kerana watak pelbagai yang berjaya dibawa mereka.
- 22) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- Menonton di pawagam kerana excitement yang dirasainya lebih daripada menonton di rumah.
- 23) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- Kebanyakan filem tempatan terlalu klise.
- 24) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- Genre kehidupan rakyat Malaysia , yang boleh memaparkan identity Malaysia , dan bukan sahaja memaparkan genre Percintaan .
- 25) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- Saya lebih kepada menerima nilai barat tetapi menapis mengikut jati diri saya. Contoh nilai barat yang saya tapis adalah dari segi pergaulan bebas remaja yang sering dipaparkan serta budaya pemakaian yang melampau.

## RESPONDEN KEENAM BELAS

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Noor Fazidah Mohamed Sharif

Pekerjaan: Wartawan

Status Pendidikan: Diploma

Tarikh: 29/11/2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - 28 November
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - tiga kali seminggu
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Thriller & Action
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Ya. Kerana asimilasi budaya dan bahasa yang dipaparkan untuk dikongsi bersama dan meningkatkan lagi persefahaman di peringkat global
- 5) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - ya secara tidak langsung
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
  - melihat kepada jalan cerita yang dipersembahkan



- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- tidak kerana bahasa asal pelakon terutamanya dari negara asing mendekatkan lagi pemahaman penonton dengan emosi yang dibawa pelakon berkenaan.
- Contohnya : Filem the coffin lakonan keren mok agak kaku dan tidak beremosi kerana Mok pelakon terkenal hong kong menggunakan bahasa Inggeris yang skema!
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- filem tempatan kurang aspek pre produksi (kajian) dan berasaskan profit oriented dan mengikut hanya mengikut trend sahaja
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Koreawood, Jepunwood atau yang diminati? Mengapa
- Natalie Portman kerana menyampaikan emosi yang jelas dalam setiap lakonan beliau walaupun korektor yang dibawa berbeza
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- Menonton filem di panggung kerana dapat berkongsi waktu disamping boleh bersosial subjek filem bersama rakan
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- ya. Ini kerana faktor bajet yang kecil menjadikan penerbit filem tempatan terkongkong dan terpaksa memilih produk filem yang boleh memberi keuntungan semula
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- aksi dan produk –produk filem bercorak rakyat

- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- menonton dan menilai berdasarkan pengetahuan ilmu, nilai moral dan agama

RESPONDEN 17

Nama: Nurul Ili Saharudin

Pekerjaan: Pembantu Penerbit

Status Pendidikan: Sarjana Muda

Tarikh: 29 November 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - September
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - Bergantung kepada filem ditayangkan di pawagam
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Animasi / memberi kepuasan dari aspek warna dan bentuk serta bahasa
- 26) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Kekeluargaan dan persahabatan. Ya
- 27) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - Ya
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
  - Bergantung kepada bentuk penceritaan yang disampaikan

- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?  
-Tidak
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.  
-Sesetengah filem tempatan tidak dapat memberi kepuasan yang dicari mungkin disebabkan kekurangan dari aspek penyelidikan dan penelitian mis-se-scene
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Koreawood, Jepunwood atau yang diminati? Mengapa  
- tiada  
-
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?  
- panggung/ mempunyai skrin yang luas
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?  
- stereotaip
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?  
- animasi
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?  
-membuat tapisan berdasarkan pengetahuan sedia ada serta mengkaji semua nilai yang diterima

## RESPONDEN KELAPAN BELAS

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Suzalina Mohamad Halid

Pekerjaan: Wartawan Penyiaran

Status Pendidikan: Diploma

Tarikh: 1 Disember

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - Minggu lepas
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - 5 kali setahun
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Horror
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Jika dari sudut budaya memang tidak sesuai diterima kerana barat mengamalkan sosial terlampau, namun dari segi kreativiti dan ilmu ia masih boleh diguna pakai.
- 5) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - Ya.
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
  - Jalan cerita yang dipaparkan lebih menarik perhatian penonton untuk pergi ke panggung.

- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- Tidak sebab seni bersifat universal.
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Filem tempatan sekarang cuba dan hampir menyaingi filem luar namun hakikatnya filem tempatan masih tidak mampu menyaingi karya luar disebabkan kekangan bajet dan kurang kreativiti.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea, Jepun atau yang diminati? Mengapa
- Johny Depp kerana lakonan dan mimik mukanya semula jadi. Beliau tidak berlakon dalam lakonan.
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- menonton filem di panggung kerana sistem audio nya lebih canggih dan persekitaran yang ramai mampu mempengaruhi 'mood' ketika menonton.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- Bagi filem cinta ia masih stereotype tetapi industri Malaysia mula berkembang dengan adanya filem yang menggunakan cgi seperti antto fighter dan cicakman.
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- Science fiksiyen
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- Perlu ditapis kerana budaya dan sosial liar barat tidak sesuai bagi remaja terutamanya yang beragama Islam.

## RESPONDEN KESEMBILAN BELAS

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Mohammad Dzulhisham Che Hassim

Pekerjaan: Wartawan

Status Pendidikan: Ijazah Sarjana Muda

Tarikh: 13 Dec 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - Minggu lepas (28 November 2008)
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - 2 kali sebulan
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Action. Menarik
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Boleh. Tidak keterlaluan
- 6) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - Setuju
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
  - Jalan cerita
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
  - Tidak

- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Filem tempatan masih banyak kekurangan dari segi pelakon, bakat, teknologi. Filem tempatan masih jauh di belakang dibandingkan dengan filem luar.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- 
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- di panggung, menarik, sound effect best
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- ya, stereotaip dan cliché
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- super hero macam cicak man
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- Setiap paparan melalui filem tidak boleh diterima sebulat-bulatnya. Penonton seharusnya menilai filem itu dari pelbagai sudut (budaya, cara hidup, keagamaan dan penerimaan masyarakat timur) dan melakukan tapisan agar tidak terlalu taksu atau terpesong.

## RESPONDEN KEDUA PULUH

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Md Hanafi bin Md Hanafiah

Pekerjaan: Broadcast journalist

Status Pendidikan: Degree in Journalism

Tarikh: 14 Disember 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 3) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - Bulan Oktober
- 4) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - Sangat kerap di mana lapan dari sepuluh filem yang ditonton adalah filem dari luar .Sebagai contoh, filem Iran, Sepanyol dan yang utama Inggeris dan jepun
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Suspense thriller seperti identity, saw , fight club kerana jalan cerita yang boleh menyebabkan kita fikir dan interaksi sekali
- 5) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Setakat ini, memang ada tahap sendiri, tidak kira dari segi arahan filem, gambaran visual di mana setiap angle dalam movie itu adalah berlainan serta lakonan mantap oleh pelakon-pelakon terbabit.. Setakat ini boleh diterima namun tidak dinafikan bahawa harus peka dengan mesej yang tersirat
- 7) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - Ya kerana bagi saya ia akan mempengaruhi sama ada secara langsung atau langsung tentang pemikiran seseorang penonton tersebut



-6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?

- saya akan pasti pilih jalan cerita dan kemudian barisan pelakon yang saya rasa dapat menjiwai watak-watak dengan baik sebagai contoh zulhuzaimy dan juga bradd pitt

7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?

- tidak kerana setiap filem mempunyai sub title dan jika tiada kita boleh belajar memahami jalan cerita dengan mimik muka dan juga reaksi watak-watak dalam filem.. Sebagai contoh filem Tamil tanpa sub title

8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.

Ya saya rasa dapat menyaingi filem luar jika diberi sokongan penuh dari industri media dan juga kerajaan serta orang ramai. Walaupun Malaysia merupakan sebuah negara di mana pasarannya yang kecil namun itu bukan penghalangnya.. selagi ada jiwa perfileman di kalangan masyarakat Malaysia dan juga nilai moral tinggi di kalangan masyarakat maka saya rasa tiada masalah bagi Malaysia menyaingi filem luar negara. Sebagai contoh jika jepun dan juga baru-baru ini Thailand dan Singapura mengapa Malaysia tidak

-

9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa

- Brad Pitt, johnny Depp, Heath Ledger, Kevin Bacon, Kevin Spacey, Rain dan Amitabh Bachan

- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- Panggung dulu dan kemudian dvd kerana pengalaman menonton panggung lebih membawa realiti kepada jalan cerita
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- ia adalah stereotaip dan cliché dukacitanya, mereka menggunakan formula sama saja sejak dari dulu lagi.. tambah lagi jika terdapat cerita hangat dari filem tempatan luar.. agak sukar nak melihat filem Melayu asli yang hebat seperti waris jari hantu atau sepet ataupun sepi walaupun diarahkan oleh Indonesia
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- Cinta dan aksi
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- Saya akan tepiskan diri dan tidak mudah terpengaruh kerana tahu dengan keadaan di sekeliling saya di mana tidak semua atau masih ramai lagi masyarakat kita mengamalkan adat timur dan bukannya culture shock semata-mata.

## RESPONDEN KEDUA PULUH SATU

Nama: Rosmalis binti Anuar

Pekerjaan: Wartawan Penyiaran

Status Pendidikan: Ijazah sarjana muda

Tarikh: 14 Disember 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 6) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - Hujung November
- 7) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - Lebih dari 5 kali sebulan
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Aksi, fantasi dan komedi, kerana tidak membosankan dan pantas.
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - sesetengahnya boleh diterima, sesetengahnya tidak seperti pergaulan bebas.
- 8) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - Mungkin. Dari segi penjajahan budaya dan hegemoni banyak mempengaruhi masyarakat timur. Penggunaan teknologinya yang bagus dan canggih juga sangat mempengaruhi saya untuk menonton.
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
  - Tidak. Ia bergantung kepada jalan cerita dan genre.
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
  - Tidak. Kerana bagi filem selain Bahasa Inggeris ada disediakan subtitle.

- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Filem tempatan memerlukan banyak pembaharuan dari segi naratif, plot, penghayatan pelakon dan penggunaan teknologi. Kebanyakan filem yang box office di pawagam juga tidak mencerminkan budaya Malaysia dan mempunyai jalan cerita yang sangat mudah.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- Hollywood: Sandra Bullock & Daniel Radcliffe
  - Bollywood: Shah Rukh Khan & Rani Mukherjee
  - Korea wood: Pelakon siri My Girl
  - Jepun wood: Takuya Kimura
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- menonton di panggung kerana sound system dan skrin yang besar.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- sangat stereotaip. Terutama filem2 terbitan Metro wealth dan arahan Prof. Razak.
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- Fantasi. Kerana filem fantasi Malaysia sangat jauh ketinggalan berbanding filem Hollywood seperti Harry Potter dan LOTR.
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- saya melakukan tapisan sendiri. Sebagai golongan muda, telah diajar di sekolah dan ibu bapa nilai-nilai timur dan sepatutnya tidak mudah terpengaruh jika tahu menilai antara baik dan buruk.

## RESPONDEN KEDUA PULUH DUA

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Nurul Adlina Kamaludin

Pekerjaan: Wartawan

Status Pendidikan: Ijazah Mass Comm

Tarikh: 1 Disember Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar? - 3 Oktober; Filem Mamma Mia
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar. - 5 kali setahun
- 3) Genre yang diminati? Mengapa? - Romantik Komedi, Animasi dan Aksi. Genre ini menghiburkan. Jalan cerita menarik dan ada yang menjadi sekuel terdahulu contohnya Madagascar, James Bond dan Pirates of Caribbean. Juga hasil promosi yang diiklankan di akhbar.
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima? - Bukan lagi budaya Barat, tetapi budaya kuning. Contoh filem Mamma Mia, saya menontonnya kerana meminati lagu-lagu hits kumpulan ABBA tapi ceritanya mengenai anak yang mencari identiti bapa sebenar hasil hubungan sulit ibunya. Sudah pasti saya tak dapat menerima budaya wanita berpeleseran, melahirkan anak luar nikah dan masyarakat sekeliling menerimanya pula. Sebagai penonton, saya juga perlu mempunyai self censorship; supaya tidak menerima bulat-bulat mesej filem Barat.
- 5) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan? - Ya, sudah pasti. Apa yang dilakukan Barat, akan diadaptasi oleh pengarah tempatan dan saya yakin, perkara yang diulang-ulang pada akhirnya mudah diterima oleh mereka yang mudah terpengaruh.

Ini antara kaedah propaganda paling berkesan menggunakan media paling dekat di hati ramai. Penggunaan teknologi itu sekadar melengkapi jalan cerita.

-6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?

- Pelakon. Pelakon yang hebat dan ternama hanya memilih cerita yang hebat. Tapi bukan semua.

7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem? - Tidak

8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan. - Filem tempatan kita dibuat berdasarkan cita rasa tempatan. Jika masyarakat sukakan cerita hantu maka banyaklah cerita hantu yang dihasilkan; Pontianak Harum Sundal Malam, Jangan Pandang Belakang dan terbaru Histeria yang mengambil kepercayaan masyarakat setempat. Genre komedi juga jadi tarikan di sini seperti filem Anak Mami, Senario serta filem aksi Impak Maksimal. Sejajurnya, filem kita sukar nak bersaing dengan filem luar kerana kelompok atau audiens filem Barat yang jauh lebih besar. Filem tempatan cuma dapat sokongan orang Melayu tapi filem luar semua bangsa dan lebih ramai penontonnya. Filem luar juga mempunyai bajet lebih besar, actor dan aktres ternama dan aspek teknologi yang lebih realistik. Filem Malaysia sukar melakukannya kerana kekurangan dana. Filem luar seperti James Bond misalnya membabitkan pembikinan hamper setahun, latihan aksi lasak. Filem tempatan lebih mementingkan pelakon pujaan yang ada rupa tapi tiada bakat seperti Fasha Sandha. Filem asing, memaparkan pelakon yang biarpun tiada rupa tapi bakat ada.

9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa Hollywood; Johnny Depp, mampu bawa watak yang pelbagai kelakar, serius dan amat memilih watak. Cuma muncul satu filem setahun.

Aktres ; Angelina Jolie, juga ada bakat, cantik dan hanya memilih watak yang pelbagai. Bollywood; Shah Rukh Khan ; tampan, kelakar dan membawa pelbagai watak. Aktres; Tabu dan Kajol. Tabu, tidak cantik tapi bakatnya amat terserlah sebagai wanita teraniaya dalam filem Astita. Kajol aktres serba boleh kerana mampu bawa watak sedih dan kelakar. Korea wood, Jepun wood tak da laaaa. –

- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa? - Panggung dan menonton dvd di rumah. Di panggung, masa lebih khusus, cuma ketika cuti, lebih sebagai family outing manakala DVD lebih kepada desperate sebab tak dapat keluar rumah.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché? Ya sebab pengeluar terpaksa bergantung kepada kehendak tempatan sedangkan di Hollywood, disebabkan cita rasa audiens dalam dan antarabangsa yang pelbagai, ia berani mengeluarkan genre yang pelbagai. Malaysia, khususnya masyarakat Melayu lebih sukakan cerita hantu, so banyaklah cerita genre seram dihasilkan. Pengeluar kita terpaksa ikut trend semasa untuk pastikan dapat untung. –
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya? Hakikatnya filem hantu atau seram pun ok kerana ia satu genre yang boleh diterima di peringkat antarabangsa. Tapi biarlah filem yang benar-benar seram dan bukannya ada unsure komedi yang mencacatkan jalan cerita seperti filem Zombie Kg Pisang. Lihat filem Ju-On yang diadaptasi Hollywood sebagai The Grudge, ia filem serius. Filem terbaru Histeria, boleh menjadi contoh filem seram tempatan yang boleh diangkat ke luar negara. –
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda? - Sudah pasti setiap penonton WAJIB ada;self-censorship; apalagi pengalaman sebagai Muslim, bekas pelajar mass comm., wartawan dan pembaca akhbar, saya

sudah ada perisai yang dapat menolak sebarang unsure yang cuba mempengaruhi. Jati diri sebagai anak Melayu dan beradab juga amat membantu. Aspek ini perlu ada bagi mengelak anda menerima bulat-bulat apa yang dipaparkan.

#### RESPONDEN KEDUA PULUH TIGA

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Khairul Suria Azman

Pekerjaan: Wartawan

Status Pendidikan: Diploma

Tarikh: 18 Disember 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - November
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - Lebih banyak actions
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Fiksyen, Horror
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Boleh
- 5) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
  - Banyak mempengaruhi



- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
- Bergantung
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- Tidak
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- ya tetapi memerlukan banyak pengaruh luar, memerlukan pendidikan yang lebih untuk mempelajari filem luar
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea, Jepun atau yang diminati? Mengapa
- Adam sandler, natalie portman, brad pitt kerana mereka spontan.
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- kedua-duanya kerana masing-masing ada sebab.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- ada yang bagus dan ada yang masih kurang
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- action movies
- 13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?
- kadang-kadang ia boleh diterima tetapi bergantung pada pemahaman saya.

## RESPONDEN KEDUA PULUH EMPAT

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Mumtaz Aini Hj Alivi

Pekerjaan: Wartawan Penyiaran/Editor

Status Pendidikan: Ijazah

Tarikh: 18/12/08

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - 3-4 kali (lebih kurang)
- 2) Kekserapan menonton filem dari luar.
  - (kadang-kala)
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - (filem seram, romantik, kemasyarakatan) sebabnya ia menarik, dapat bermain dengan perasaan, memberi pendidikan secara tidak langsung kepada masyarakat melalui jalan penceritaan, boleh membawa mesej yang bagus
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - (kadang kala tidak sesuai dengan budaya tempatan, selain bercanggah dengan ajaran agama, selalunya mereka mempunyai unsur-unsur positif bagus untuk pembangunan, bagaimanapun daripada segi kemanusiaan, nilai-nilai keakraban antara keluarga dilihat semakin tipis, tiada kejujuran, mereka bebas melakukan apa-apa sahaja dengan menggunakan perkataan ‘kebebasan’.

6) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan? Ya, benar.

- Unsur penjajahan memang agak sebatu dengan rakyat, sedikit sebanyak ia memang mempengaruhi masyarakat. Penggunaan teknologi mereka pula sesuatu yang tidak boleh dipertikai. Mereka amat bagus dalam teknologi berbanding dengan negara kita. Ini membuatkan 'persembahan' filem mereka amat menarik dan boleh dikatakan sifar kecacatan. Hegemoni memang tepat, apabila dikatakan mengenai mereka, seolah-olah termaktub dalam kotak fikiran, apa yang mereka lakukan memang betul, paling elok dan sebagainya. Memang tidak banyak pertikaian

7) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan? Selalunya saya akan melihat barisan pelakon, barulah melihat jalan cerita. Sekiranya kombinasi kedua-dua elemen itu ada, selalunya filem itu merupakan filem yang bagus. Ini juga kerana penerbit biasanya akan membariskan pelakon hebat untuk filem hebat, kerana mereka mampu membayarkan dengan harapan pulangan mesti bagus, kerana tentunya, orang ramai akan tertarik dengan barisan pelakon hebat. Ini secara tidak langsung seolah-olah memberi perspektif, filem itu hebat. Dan sudah semestinya pelakon hebat akan memilih filem hebat untuk menaikkan lagi namanya.

8) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?

- Tidak sekiranya ia dalam bahasa Inggeris, Tamil, Malayalam, Melayu. Ia boleh difahami dengan bagus. Jika bahasa lain pula, saya selalunya akan merujuk kepada sari kata. Oleh itu tidak ada halangan sebenarnya.

9) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan. Filem tempatan amat jauh ketinggalan, banyak yang perlu diperbaiki.

Tidak boleh saing. Untuk menyaingi filem barat untuk waktu ini, adalah sesuatu yang AMAT MUSTAHIL. Umpama langit dan bumi. Terlalu banyak kepingangan, kecacatan, kelemahan. Kurang kepakaran teknikal, kurang penerbit yang hebat.

10) Siakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa.

-Pierce Brosnan, Richard Gere, Julia Robert, Shah Rukh Khan, Rajinikanth, Kamalhassan, Aishwarya Rai, Kajol.

11) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa? Panggung, sebab ia lebih memberi kesan yang hebat dengan sound system, dengan layar yang besar, seolah-olah kita termasuk ke dalam filem berkenaan, selain itu kita konsentrasi dalam tu, berbanding di rumah, kurang tumpuan, sering terganggu yang menyebabkan fokus lari

-

12) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?

Amat membosankan, tiada idea kreatif. Memang stereotaip, BOSAN TAHAP MAKSIMA.

-

13) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?

Mungkin boleh perbanyakkan lagi filem aksi, menggunakan peralatan di studio, menggunakan komputer. Ia dapat menutup kekurangan kita daripada aspek teknikal yang kita hadapi dalam penggambaran di lokasi luar yang lebih mencabar.

-

14) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

Tidak, saya tidak menerima secara terus nilai barat. Apa yang dipaparkan hanya sekadar untuk hiburan atau pendedahan, ia sama sekali tidak akan mempengaruhi saya, kerana saya ada prinsip saya sendiri dan mempunyai pertimbangan untuk membezakan yang baik dan buruk

#### RESPONDEN KEDUA LUPUH LIMA

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Norazrin Marzuki

Pekerjaan: Wartawan Penyiaran

Status Pendidikan: Diploma

Tarikh: 18 Disember 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - November
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - Sebulan dua kali
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Aksi dan thriller. Kerana kagum dengan teknologi dalam filem yang ditampilkan yang jauh berbeza dengan filem aksi tempatan.
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - Budaya yang ditonjolkan berbeza sama sekali. Sesetengah adegan tidak boleh diterapkan dalam kehidupan seharian orang timur.

- 5) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
- Ya, ia mempengaruhi kerana teknologi filem tempatan masih belum mampu menyaingi filem Barat.
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
- Kedua-duanya memainkan peranan. Jalan cerita menjadi pokok kepada plot dan mesej yang ingin disampaikan. Sementara pelakon mampu menarik perhatian penonton untuk mengikuti keseluruhan cerita.
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- Tidak.
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Ya, jika pengarah dan penerbit menghasilkan filem yang tidak mempunyai mesej terlalu ringan dan tidak terlalu memikirkan keuntungan.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- Daniel Craig dan Halle Berry
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- Menonton filem di panggung kerana kesan khas bunyi lebih menonjol.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- Ya. Lebih kepada cerita cinta dan mempunyai mesej yang ringan.
- 12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?
- Aksi serta filem yang mampu menonjolkan budaya dan sejarah negara.

13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

- Menerima dari segi kemampuan mendokong jalan cerita tetapi tidak dalam kehidupan harian.

#### RESPONDEN KEDUA PULUH ENAM

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Muhammad Fahmin bin A. Aziz

Pekerjaan: Penulis Teknikal

Status Pendidikan: Ijazah

Tarikh: 22 Disember 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

3) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?

- 8 kali

4) Kekerapan menonton filem dari luar.

- 2 atau 3 filem sebulan

3) Genre yang diminati? Mengapa?

- Fantasi & Sains fiksyen

4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?

- Tidak semuanya boleh diterima. Macam aksi ganas seperti potong leher, tidak elok. Yang boleh ditiru berkaitan dengan etika. Panggilan yang tidak menghormati orang tua.

- 7) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
- Ya, globalisasi, pengetahuan budaya dan akses kepada pengetahuan di internet juga mempengaruhi penerimaan terhadap filem luar.
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
- i) Jalan cerita. ii) Pelakon.
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- Ya, kecuali terdapat sari kata di dalam filem (B. Inggeris/ B. Malaysia).
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Ya, tetapi masih di peringkat awal, saingan terhad disebabkan masih menjadi 'pengguna' teknologi pembikinan filem (bukan pencipta kaedah baru).
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- Tom Hanks. Penghayatan watak yang baik dan telah mencuba pelbagai genre filem.
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- Membeli DVD/CD dan menonton di rumah. Adegan boleh diulang kembali untuk menghayati cerita dan juga disebabkan ketidaktentuan faktor masa untuk menonton.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- Kebanyakannya cliché (cinta dan komedi). Ringkasnya, saya boleh melupakan cerita tersebut selepas menjejakkan kaki keluar dari panggung atau selepas seminggu.



12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?

- Animasi & aksi lasak.

13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

- Menerima sebagai hiburan & pengetahuan budaya luar, tetapi menapisnya sama ada sesuai dengan norma/budaya sendiri. Tapisan mengikut agama, adat, budaya dan akal.

#### RESPONDEN KE DUA PULUH TUJUH

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Siti Paridah Busairi

Pekerjaan: Wartawan Penyiaran

Status Pendidikan: Diploma Kewartawanan Integratif

Tarikh: 24 Disember 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?

- Oktober

2) Kekerapan menonton filem dari luar.

- Sangat kerap

3) Genre yang diminati? Mengapa?

- filem aksi dan komedi kerana tidak membosankan serta menghiburkan

4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?

- Ada sesetengahnya yang boleh diterima manakala ada juga yang tidak kerana mungkin bertentangan dengan kepercayaan serta agama

- 3) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan filem berkenaan?
- Nilai yang jelas bertentangan dengan agama dan budaya akan ditolak dan ditapis sebelum diaplikasikan dalam kehidupan.
- 6) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
- Saya akan memilih jalan cerita yang bagus dan realistik manakala faktor pelakon hanyalah sampingan sahaja.
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
- Tidak kerana bahasa adalah sesuatu yang universal dan sebenarnya filem itu sendiri yang menyatukan masyarakat daripada pelbagai bangsa.
- 8) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- Ya, sekiranya usaha baru dan berterusan dilakukan oleh semua pihak terlibat bagi memantapkan lagi filem tempatan.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- Keanu Reeves.
- 10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- Menonton filem di panggung kerana feel dan mood cerita lebih dirasai berbanding menontonnya di rumah.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- Hampir keseluruhannya begitu.

12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?

- Genre filem yang realistik kepada kehidupan sebenar.

13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

- Yang nyata bertentangan tidak akan diterima tetapi yang mempunyai nilai kebaikan akan ditapis dan disesuaikan dengan budaya dan persekitaran semasa. Seperti budaya seks bebas yang sering ditayangkan yang nyata bertentangan dengan hukum agama akan dielak manakala budaya bersosial gaya barat akan ditapis serta disesuaikan mengikut budaya dan adab Melayu.

#### RESPONDEN KEDUA PULUH LAPAN

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Azman Elmiza Ahmad

Pekerjaan: Pengurus

Status Pendidikan: Ijazah

Tarikh:

Soalan bagi indepth interveiw:

5) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?

- 3 kali

6) Kekerapan menonton filem dari luar.

- 1 hingga 2 kali

3) Genre yang diminati? Mengapa?

Epik thriller, kerana penampilan jalan cerita yang menarik dan juga babak-babak yang mempunyai pemandangan yang “breath taking”

- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam film berkenaan? Adakah boleh diterima?

-Bila menonton film dari barat sudah tentunya kita perlu menapis perkara yg ditonjolkan dalam film tersebut. Apa yg menarik bagi saya ialah apabila saya menonton film dari barat saya dapat melihat cara pemikiran barat yang cuba mereka tonjolkan dalam masa yang sama, saya secara kritikal cuba membandingkan dengan nilai ketimuran.

- 8) Adakah anda berpendapat penjajahan budaya, hegemoni dan penggunaan teknologi mempengaruhi penerimaan film berkenaan?

Ada, ini berlaku dimana film barat tersebut cuba mempamerkan sesuatu fakta hanya dari perspektif barat.

- 6) Untuk menonton sesuatu film, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?

Saya melihat kedua-duanya.

- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami film?

- Tidak juga.. selagi ada subtitle.. sudah cukup untuk saya menonton dan memahami sesuatu film.

- 8) Pandangan anda mengenai film tempatan? Adakah film tempatan dapat menyaingi film luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.

- Boleh.. tetapi perlu mencari kekuatan tersendiri.

- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa

Ada beberapa orang dari Hollywood.. tetapi hanya meminati mereka berdasarkan cara mereka membawa watak dalam film yang saya minati.

10) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?

Membeli DVD, kerana lebih faktor keluarga, iaitu anak-anak yang masih kecil

11) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?

Mungkin.

12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?

Tidak pasti

13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

Saya melakukan tapisan berdasarkan jati diri iaitu berasaskan nilai Islam dan budaya Timur

#### RESPONDEN KEDUA PULUH SEMBILAN

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Nurzahidah Bt Jamaluddin

Pekerjaan: Pelajar

Status Pendidikan: Diploma UiTM

Tarikh: 28 Dis 2008

Soalan bagi indepth interveiw:

1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?

- 6

2) Kekerapan menonton filem dari luar.

- 4

- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - action, romance, fantasi, animasi, adaptasi daripada realiti atau novel kerana jalan cerita yang lebih menarik, dramatik dan mempengaruhi mood penonton dengan sound system yang ditonjolkan.
- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam filem berkenaan? Adakah boleh diterima?
  - ada sesetengah budaya barat yang tidak sesuai dengan budaya masyarakat timur.
- 5) Untuk menonton sesuatu filem, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
  - Jalan cerita, plot yang menarik dan cerita yang dramatik.
- 6) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami filem?
  - tidak
- 7) Pandangan anda mengenai filem tempatan? Adakah filem tempatan dapat menyaingi filem luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
  - hanya terdapat beberapa filem yang dapat menyaingi filem luar. kadang kala jalan cerita terlalu cliché dan membosankan.
- 8) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
  - Robert Pattison kerana verstaill dan natural.
- 9) Mana satu yang diminati, menonton filem di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
  - panggung kerana sound system yang lebih menarik dan dapat menguasai mood penonton.

10) Bagaimana dengan jalan cerita filem tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?

- kebanyakan jalan cerita filem tempatan terlalu cliché, stereotaip dan membosankan. Plot terlalu mendatar dan kadang kala pelakon nampak kaku.

11) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?

- skop lebih meluas, plot cerita yang lebih rileks, tidak terlalu stress dan mempunyai klimaks dan pengakhiran yang lebih menarik. Contohnya seperti drama 'Kami the Movie'.

12) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

- tapisan berdasarkan jati diri.

#### RESPONDEN KETIGA PULUH

Kajian kumpulan tumpuan untuk penyelidikan peringkat doktor falsafah.

Nama: Siti Zulaiha binti Saleh

Pekerjaan: Penolong Pegawai TEKNOLOGI MAKLUMAT

Status Pendidikan: IJAZAH SARJANA MUDA MULTIMEDIA KOMUNIKASI

Tarikh: 06/JANUARI/2009

Soalan bagi indepth interveiw:

- 1) Dalam tempoh empat bulan (Mac hingga November) bila kali terakhir menonton filem luar?
  - November
- 2) Kekerapan menonton filem dari luar.
  - Bergantung kepada cerita
- 3) Genre yang diminati? Mengapa?
  - Aksi, Kerana saya enjoy dengan cerita berkenaan

- 4) Bagaimana dengan budaya Barat yang ditonjolkan dalam film berkenaan? Adakah boleh diterima?
- ada yang boleh diterima dan ada yang tidak, berdasarkan kepada penceritaan berikut
- 6) Untuk menonton sesuatu film, adakah anda memilih jalan cerita tertentu? Atau memilih barisan pelakon yang menjadi pujaan?
- memilih jalan cerita
- 7) Adakah bahasa menjadi halangan dalam menonton dan memahami film?
- tidak
- 8) Pandangan anda mengenai film tempatan? Adakah film tempatan dapat menyaingi film luar? Nyatakan sebab anda sama ada ya atau tidak dan berikan alasan.
- terdapat film Malaysia yang boleh dikategorikan sebagai bagus dan dapat menyaingi film luar. Dengan penggunaan komputer, audio, CGI dan sebagainya. Film aksi yang terkini dan dianggap berjaya adalah cicakman dan impak maksima.
- 9) Siapakah aktor dan aktres Hollywood, Bollywood, Korea wood, Jepun wood atau yang diminati? Mengapa
- George Clooney, Johnny Deep- membawakan watak yang berkesan
  - Bollywood – Arjun Rampa, Hritik Roshan- membawakan watak yang berkesan
- 10) Mana satu yang diminati, menonton film di panggung atau membeli DVD/VCD dan menonton di rumah? Mengapa?
- menonton wayang, kemudian jika jalan cerita menarik beli dvd dan tonton di rumah.
- 11) Bagaimana dengan jalan cerita film tempatan? Adakah ia stereotaip dan cliché?
- Ya, jalan penceritaan lebih kurang sama dan dapat diagak ending nya



12) Genre filem tempatan yang dicadangkan untuk ditingkatkan penerbitannya?

- harapan jika dapat lebihkan filem aksi dan moral

13) Adakah anda menerima secara terus nilai Barat (hedonisme) yang dipaparkan dalam filem atau melakukan tapisan berdasarkan jati diri yang ada di dalam diri anda?

- akan melakukan tapisan, ambil yang positif sahaja dari nilai Barat. Misalnya berani mengeluarkan pendapat dan berterus terang dalam perkara yang tidak benar.

END.

## LAMPIRAN C

**Transkrip temu bual pada 12/12/2007 jam 12.45pm di  
The Dome, Bangsar Shopping Complex.**

Kamil Othman – Naib Presiden Kelompok Multimedia dan Bahagian Industri MDeC

Kita perlu mempertahankan kebudayaan Melayu (yang menjadi teras kepada kebudayaan kebangsaan) menerusi penghasilan kandungan berteraskannya. MDeC sudah lama menyedari kandungan dalam bentuk filem dan program television, dari Barat menyebarkan ideologi, budaya dan nilai mereka.

Anak-anak muda sekarang lebih mengenali watak dalam filem animasi Disney berbanding tokoh pahlawan tempatan.

Kita perlu tonjolkan kebudayaan tempatan, misalnya ghazal diperkenalkan dalam program MTV. Sebenarnya kita tidak pandai menyelitkan kebudayaan kita dalam program terbitan tempatan dan antarabangsa.

Misalnya, jika penerbitan program kebudayaan, sepanjang satu jam kita pertontonkan dengan tarian dan nyanyian bercorak budaya tempatan. Kaedah ini tidak menarik minat orang muda tapi orang tua mungkin minat.

Apa yang perlu kita lakukan ialah program hiburan untuk kumpulan rock tetapi pada masa yang sama budaya ghazal misalnya turut diselitkan dalam program berkenaan. Ini bermakna selain daripada mereka mengetahui mengenai irama rock dan rap pada masa yang sama mereka turut mengetahui irama ghazal

Kita tidak pandai untuk menyelitkan setiap program yang diterbitkan dengan kebudayaan kebangsaan untuk menarik remaja menontonnya. Dengan menyelitkan kebudayaan kebangsaan dalam program hiburan atau filem yang dihasilkan, sekurang-kurangnya remaja akan mengetahui budaya asli tempatan dan juga budaya dari luar.

Begitu juga dengan program agama. Dengan hanya menceritakan agama Islam itu baik tidak memberikan impak tetapi jika dalam sesebuah filem/drama, wujudkan dialog seperti: “Jom kita solat sebelum bermain tenis/golf kerana waktu Zohor/Asar sudah masuk,” itu lebih menarik berbanding menunjukkan gambar Erra Fazira di atas tikar sembahyang.

Ketiadaan polisi jelas disebabkan tiada kementerian khusus yang benar-benar bertanggungjawab terhadap industri kreatif (industri budaya) tempatan.

Tiada koordinasi menyebabkan semua kementerian bertindak sendiri-sendiri, tanpa kerjasama dengan kementerian atau agensi lain.

Masing-masing kementerian nampak seolah-olah bersaing sesama sendiri untuk menjayakan program kementerian masing-masing.

Kementerian Tenaga, Air dan Komunikasi dengan hala tujunya, Kementerian Kebudayaan dan Warisan dengan hala tujunya manakala Kementerian Penerangan bersama wawasannya. Semua kementerian ini, tidak sama matlamatnya.

Sepatutnya, setiap kementerian mempunyai bidang tugas khusus agar dapat mengelakkan pertindihan tugas dan tidak membazirkan wang, masa dan tenaga.

Kekwa sepatutnya terlibat hanya untuk menyimpan bahan sejarah atau maklumat mengenai budaya tempatan. Ia juga perlu berperanan sebagai badan yang memantau nilai budaya yang perlu dikekalkan selari dengan dasar kebudayaan kebangsaan serta memberikan definisi mana satu aspek kebudayaan yang nak hilang.

Semua agensi kerajaan yang berkaitan dengan kandungan perlu digabungkan di bawah satu polisi khusus. Ketiadaan kementerian yang bertanggungjawab menyebabkan industri ini membawa sukar untuk berkembang. Perlu mengambil iktibar yang dilaksanakan Singapura menerusi polisi khusus Media 21, garis panduan yang disediakan oleh Ministry of Information and Arts.

Masalah di Malaysia ialah ramai tidak berani untuk invest dalam creative industry untuk mewujudkan satu industri yang berdaya saing dan berdaya maju.

Begitu juga dengan masalah pemasaran, kerana banyak lagi agensi kerajaan seperti Matrade tidak memasukkan industri creative dalam senarai katalog pemasaran mereka.

Penerbit filem di negara ini juga tidak menekankan budaya research and development ketika dalam proses menghasilkan skrip. Ini menyebabkan filem yang dihasilkan tidak mengambil kira ketepatan fakta.

Funding tidak adventures kerana tidak berani masuk ke dalam projek besar. Misalnya, di Amerika Syarikat, dana daripada industri insurans digunakan untuk melabur dalam industri perfileman Hollywood.

Tidak ada satu syarikat tempatan atau kerajaan yang berhasrat membiayai satu projek besar yang memaparkan kegemilangan kerajaan Melayu Melaka. Dengan penerbitan projek berskala besar ini berserta pelaburan berjuta ringgit, ia akan menghasilkan satu rantaian ekonomi yang panjang. Banyak pihak akan memperoleh keuntungan. Bermula dengan penyelidikan untuk menghasilkan skrip bermutu, penulis skrip, pelakon, pengarah, prop, pasca produksi, dan panggung wayang. Kandungan yang terhasil itu boleh dimanfaatkan untuk pendidikan dengan memperkenalkan budaya Malaysia kepada generasi muda dan juga dunia.

Iran adalah contoh terbaik bagaimana pembikin filem dapat menghasilkan filem bermutu tinggi. Ia memiliki Centre for Intellectual Development yang berpangkalan di Tehran, Iran. Pusat ini mengumpulkan semua kanak-kanak yang terbiar di Iran untuk dilatih dalam bidang perfileman.

Jangan Pandang Belakang berjaya dieksport ke luar negara seperti Singapura kerana penerbit filem berkenaan, David Teoh sudah melakukan penyelidikan pasaran dan memahami cita rasa penonton di republik berkenaan. Beliau juga memilih pengarah remaja untuk mengarah filem remaja kerana mereka lebih memahami dunia remaja.

Pembikin dan polisi kerajaan di negara ini masih lagi menganggap membikin filem adalah usaha sebuah agensi kerajaan atau satu kementerian semata-mata tanpa mengambil kira perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) yang sedang berlaku di dunia. Khususnya penyatuan semua bidang menerusi proses ‘digitalization’ yang membolehkan satu kandungan dihasilkan dalam bentuk filem boleh disiarkan dalam medium lain dengan memanfaatkan ICT.

Kandungan filem berkenaan boleh digunakan untuk tujuan pendidikan, boleh disiarkan di televisyen untuk dijadikan siri tv atau dibukukan atau watak dalam filem berkenaan dibuat menjadi patung mainan.

Kelemahan pembikin filem kita pada peringkat penerbitan filem menyebabkan kemasukan filem atau kandungan dari US/Korea atau Thailand. Kemasukan ini memudahkan ideologi, budaya dan nilai asing memasuki negara ini.

Teknologi yang sedia ada di pasaran adalah murah untuk digunakan oleh pembikin filem tempatan. Dan jika mereka tidak mampu untuk membeli, mereka boleh menyewa atau mendapatkan kemudahan berkenaan daripada MDeC yang memiliki pusat kreatif multimedia yang lengkap dan canggih, termasuk 'super computer' untuk membantu mereka menghasilkan filem yang memiliki standard antarabangsa.

Kelemahan ini turut berlaku dalam aspek yang menyokong industri itu sendiri seperti tenaga manusia, masalah dana dan kreativiti individu yang terbabit dalam industri berkenaan.

Industri kreatif ini adalah penting kepada orang Melayu kerana orang Melayu paling kreatif berbanding bangsa India dan China. Boleh menyelamatkan Mat Rempit yang mungkin insan kreatif tetapi ketiadaan platform bagi mereka mengetengahkan bakat masing-masing. Kelemahan Melayu dalam bidang ini ialah mereka tidak mengetahui bagaimana nak menyelitkan idea dan kreativiti dalam penghasilan filem.

Menyarankan penubuhan Suruhanjaya Kandungan yang dianggotai oleh KekWa, KTAK, Kementerian Penerangan; Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi;

Kementerian Pendidikan, Matrade, Lembaga Penapisan Filem; Jabatan Kemajuan Islam Malaysia; Dewan Bahasa dan Pustaka; Persatuan Sutradara Malaysia dan Persatuan Penulis Skrip dan Jabatan Imigresen untuk memajukan lagi industri ini.

Penubuhan suruhanjaya ini akan dapat mengatasi pelbagai masalah yang menghambat pertumbuhan industri kreatif multimedia di negara ini untuk berkembang dan menjana pendapatan kepada negara.

Bagi aspek kemahiran, jurukamera televisyen yang dilatih di pusat pengajian teknikal dan vokasional tidak lagi hanya tertumpu untuk kerja-kerja television sebaliknya boleh dipelbagaikan kemahiran berkenaan seperti menjadi jurukamera filem.

Finas hendak buat semua perkara daripada pembikinan, pengedaran hingga penayangan. Dan cara ini membuang masa kerana ia tiada pengkhususan.

## LAMPIRAN D

THE TRANSCRIBE OF THE INTERVIEW WITH AHMAD PUAD ONAH, GM GRAND BRILLIANCE SDN BHD AT HIS OFFICE, SERI PENTAS ONE UTAMA, MARCH 6, 2008. TIME: 10.30AM. THE DURATION OF THE INTERVIEW: TWO AND HALF HOURS

1. Tiada definisi khusus mengenai budaya dalam pembikinan filem. Apakah Mat Rempit adalah sebahagian daripada budaya kita? Kenapa mesti mempertahankan adat resam budaya Melayu yang lama dan tidak relevan lagi. Grand Brilliance Sdn Bhd (GB) sebagai salah satu pemain dalam industri filem di negara ini tidak mampu untuk mempertahankan budaya/adat resam Melayu dalam filem. Ia memerlukan sokongan daripada kerajaan untuk mewujudkan satu industri yang berdaya maju dan berdaya saing. Tambahan pula, filem atau drama hanyalah lakonan semata-mata bukannya alam nyata.
2. Bagaimanapun, sebagai General Manager (GM), GB saya bertanggungjawab untuk memastikan adat resam dan budaya Melayu (terutama Islam) diselitkan dalam setiap filem yang dihasilkan. Walaupun Art Imitates life namun bukan tanggungjawab GB untuk berdakwah kepada audiensnya. Jika ini dilakukan, penonton akan mempersoalkannya kenapa GB menghasilkan filem berkenaan.
3. GB adalah anak syarikat TV3 yang ditubuhkan pada 1996 khusus bagi menghasilkan drama untuk tayangan dalam slot program drama TV3. TV3 sebagai stesen penyiaran swasta terbabit dalam 'rating war' maka lebih tinggi rating yang diperoleh lagi banyak iklan akan diperoleh.
4. Proses pembikinan filem atau drama bermula dengan penyerahan cadangan dalam bentuk jalan cerita yang mana GB menerima antara 10 hingga 15



cadangan jalan cerita sebulan. Drama yang dihasilkan itu akan disiarkan dalam empat saluran yang ada iaitu TV3, NTV7, 8TV dan TV9, yang mana setiap satu memiliki target audience berbeza. Misalnya,, penghasilan drama untuk TV3 adalah berbeza dengan NTV7, kerana TV3 sasarannya adalah golongan massa manakala NTV7 adalah golongan urban. Penonton TV3 melihat drama untuk enjoy dan menghalangkan kepenatan bekerja seharian

5. Malaysia mengamalkan pasaran bebas (free market) yang mana filem/drama dari luar negara bebas masuk ke dalam negara dan ditayangkan kepada umum. Tidak seperti China yang mengenakan kuota dalam pengimportan filem, iaitu 30 tajuk setahun. Indonesia mengimport 300 tajuk filem setahun tetapi mesti ada subtitle dan hanya terhad kepada satu saluran saja manakala Thailand mengenakan kawalan untuk filem import iaitu hanya bahasa asing dibenarkan jika filem itu ditayangkan di Bangkok manakala untuk tayangan di luar Bangkok perlu dialih bahasa ke Bahasa Thai. India mengimport antara 10 hingga 20 peratus filem asing setahun.
6. Memang benar, antara masalah yang dihadapi oleh industri filem Malaysia ialah kos pembikinan filem yang tinggi. Dengan itu, pembiayaan yang disediakan oleh Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan menerusi FINAS dan SME Bank amat dihargai. Walaupun ia dalam bentuk pinjaman yang perlu dibayar balik, sekurang-kurangnya ini dapat membantu penerbit memulakan projek. Bagaimanapun, seperti apa juga bidang perniagaan, penerbit tidak bolehlah mengharapkan 100 peratus pinjaman daripada kerajaan. Sebaliknya, mereka perlu mempunyai modal sekurang-kurangnya 30 peratus daripada sumber sendiri. Ini akan membuatkan mereka bekerja dengan lebih tekun dan gigih lagi untuk mendapatkan pulangan.

7. Sebagai penerbit GB cuba untuk memainkan peranan semampu mungkin iaitu memastikan bahasa yang digunakan bukan bahasa rojak dalam erti kata lain bukan separuh Melayu dan sebahagian lain Inggeris dalam satu ayat. Saya (Ahmad Puad Onah), bertanggungjawab memastikan hanya bahasa Melayu yang betul saja digunakan ketika pengucapan dialog. Saya pastikan pada peringkat skrip lagi, ayat yang digunakan adalah betul. Pada masa yang sama, saya cuba juga menyelitkan pengajaran kepada penonton sebagai satu tanggungjawab sebagai pembikin drama dan filem yang beragama Islam.
8. Untuk memastikan kejayaan industri filem di negara ini, ia tidak perlu dihadkan hanya kepada penonton Melayu semata-mata tetapi ia sesuai untuk semua kaum di negara ini. Bagaimanapun, masalah timbul kerana orang Melayu hanya lihat filem Melayu, orang Cina lihat filem Cina dan India menonton filem Tamil. Masalah ini timbul kerana pemisahan kaum mengikut etnik masing-masing. Maka definisi Filem Malaysia amat sukar dicapai. Filem tempatan masih belum mencukupi. Oleh itu bagi saya tidak penting bahasa apa sekalipun asalkan filem itu diterbitkan oleh anak tempatan dan kerajaan haruslah memberi insentif yang sama sebagaimana yang diberikan sekarang kepada filem-filem Melayu. Kerajaan harus membuka juga inisiatif ini kepada semua filem dan apa bahasa sekalipun asalkan diterbitkan anak tempatan, oleh itu kita akan menambah bilangan penonton ke pawagam untuk menonton filem Malaysia. Kita dapat bersaing secara sihat bersama-sama filem luar negara. Oleh isunya sekarang bukan untuk menarik orang bukan Melayu untuk menonton, jika ingin menarik orang bukan Melayu haruslah mengutamakan Bahasa Melayu dalam sistem pendidikan.
9. Dalam dunia filem, bahasa bukan halangan besar. Filem Jepun, Korea, Thai, Filipina dan Hong Kong boleh dijual di seluruh dunia. Ini kerana penonton

mementingkan jalan cerita, jika jalan cerita menarik, filem berkenaan akan mendapat sambutan daripada penonton kerana alih suara boleh dilakukan atau subtitle boleh digunakan untuk menerangkan maksud dialog. Bahasa hanya pengantaraan semata-mata.

10. Sesebuah filem akan mendapat sambutan jika jalan ceritanya menarik dan stail pembikinan yang kemas terutama corak pengarahannya dan suntingan.
11. Begini sebenarnya, di dalam dunia ini tiada lagi cerita yang asli, semua cerita ada dalam saluran, daripada cerita-cerita yang pernah di keluarkan, sama ada pada zaman-zaman dahulu, cerita legenda, cerita rekaan, cerita sejarah yang kebiasaannya adalah cerita yang pernah didengari oleh manusia. Cumanya kita perbaiki, ubah suai, permodenkan, contohnya cerita mengenai cinta tiga segi. Cinta tiga segi ini telah wujud dari zaman Romeo dan Juliet dan ia wujud dari zaman dahulu kala lagi. Jadi maknanya, tidak asli dan di modenkan serta diubah suai dialognya di perbaiki dan itu menjadi suatu yang baru.
12. Mohsin yang dihasilkan oleh GB (arahan Yasmin Ahmad) kini sudah menembusi pasaran Korea, Perancis dan Kanada sedangkan mereka tidak memahami bahasa yang dituturkan. Tetapi jalan cerita Mohsin mereka boleh terima. Mereka mengalih bahasa Mohsin mengikut negara masing-masing.
13. Sambutan hebat terhadap Winter Sonata kerana jalan cerita yang melodrama. Program berkenaan yang dialih bahasa ke dalam bahasa Mandarin/Kantonis didasarkan pada mulanya untuk siaran 8TV khusus bagi penonton Cina. Tetapi dalam masa yang sama orang Melayu turut menontonnya sedangkan mereka tidak faham bahasa Mandarin/Kantonis tetapi jalan cerita yang menarik menyebabkan mereka boleh menerimanya. GB berhasrat membeli drama daripada TVB (1,000 jam program drama setahun) atau ABC (2,000 jam program drama setahun dari Hong Kong namun harga yang mahal menyebabkan

ia beralih ke Jepun dan didapati harganya lebih mahal daripada HK maka tumpuan ke Korea kerana dramanya lebih murah. Contoh Winter Sonata yang pada mulanya disasarkan untuk tontonan golongan Cina di negara ini tetapi apabila ia ditayangkan didapati orang Melayu juga berminat dengan jalan ceritanya yang melodramatik.

14. Untuk memastikan filem atau drama menyelitkan unsur kebudayaan kebangsaan kerajaan mesti menguatkuasakan nya maka baru ia boleh dilaksanakan. Jika berharap kepada penerbit maka ia sukar kerana ia lebih mengutamakan kepentingan komersil.
15. GB mengimport 12 peratus filem Melayu, 65 peratus Inggeris, 7 peratus Tamil dan selebihnya filem Cina (16 peratus) setahun.
16. Peserta dalam industri filem di negara ini tidak serius dan tidak melihatnya sebagai satu industri yang boleh memberikan pulangan lumayan. Ada yang menerbitkan filem kerana hendak berkahwin dengan aktres berkenaan, maka dia melabur berjuta-juta ringgit untuk menerbitkan filem dan selepas itu mengahwini artis berkenaan. Antara pemain yang serius dan produktif ialah GB, Metro wealth dan Tayangan Unggul. Ini kerana masing-masing memiliki (GB dan Tayangan Unggul – milik Astro) saluran televisyen sama ada satelit atau free to air .
17. Dasar ini bertujuan untuk menyelaraskan kualiti filem tempatan. Antara matlamatnya adalah meningkatkan kualiti pengeluaran filem di tanah air. Keduanya, adalah untuk memastikan penerbitan filem Malaysia dapat dilaksanakan dengan sempurna. Maka, FINAS menjadi agensi untuk memajukan industri filem. Ia bekerjasama dengan Persatuan Penerbit-Penerbit Filem Malaysia untuk mengeluarkan filem. Melalui dasar itu, kayu pengukur yang digunakan adalah melalui Festival Filem Malaysia yang diadakan pada setiap

tahun dan tahun ini merupakan tahun yang ke-23. Ia adalah untuk menjadi landasan bagi menilai kualiti filem, kualiti lakonan, dan belakang tabir sesebuah filem. Mengikut syarat wajib tayang, filem Melayu bagi 1 filem adalah, sebuah filem bagi setiap 2 minggu. Jika ditolak dengan bulan puasa, hanya 26 buah filem sahaja hari raya. Cuti sekolah hujung tahun 1 filem akan dikeluarkan setiap minggu. Jadi secara umumnya, terdapat antara 26 hingga 28 filem yang dapat ditayangkan bagi setahun. Jadi penerbitan telah meningkat sebanyak 50. Mulai tahun ini, sehingga bulan Jun semua tarikh bagi setiap 2 minggu telah penuh. Mulai bulan Julai 2010, FINAS telah memutuskan bahawa 1 filem bagi setiap 1 minggu. Ini menunjukkan adanya peningkatan dalam industri perfileman di Malaysia.

18. Dari segi akta sedia ada banyak membantu penerbit filem tempatan, misalnya, tenaga kerja 70 peratus adalah dari Malaysia. Boleh meminjam daripada SME Bank, dengan syarat 30 peratus modal sudah dimiliki syarikat penerbitan berkenaan. Skim Wajib Tayang, 14 hari filem Melayu perlu ditayangkan di panggung, tax rebat dipulangkan kepada penerbit, latihan disediakan Akademi Filem yang dikendalikan oleh Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan. Dari segi akta sedia ada banyak membantu penerbit filem tempatan, misalnya, tenaga kerja 70 peratus adalah dari Malaysia. Boleh meminjam daripada SME Bank, dengan syarat 30 peratus modal sudah dimiliki syarikat penerbitan berkenaan. Skim Wajib Tayang – 14 hari filem Melayu perlu ditayangkan di panggung, tax rebate dipulangkan kepada penerbit, latihan disediakan oleh Akademi Filem yang dikendalikan oleh Kekwa.
19. Jumlah penonton filem Melayu tidak ramai sekitar 300,000 yang mana pendapatan daripada kutipan filem berkenaan perlu dibahagikan antara penerbit

dan pemilik panggung pada kadar 52 peratus penerbit dan 48 peratus pemilik panggung.

20. Ok, kita di Malaysia, purata penonton filem Melayu yang pergi ke pawagam 300,000 orang. Harga tiket purata RM8, jika  $300,000 \times RM8$  sama juga dengan RM2.4 juta. RM2.4 juta adalah kutipan kasar filem, kalau semua 300,000 orang pergi menonton, setiap penerbit mempunyai “share” 50%, jadi 50% itu sudah di campur dengan imbuhan tax rebat cukai yang diberikan oleh kerajaan. Jika tidak dicampur, penerbit hanya dapat 35% tapi setelah dicampur, penerbit dapat 50%, panggung dapat 50%, jadi maknanya apabila memperoleh RM2.4 juta maka hak penerbit yang tinggal adalah RM1.2 juta. RM1.2 juta merupakan kos promosi dan kos pengedaran untuk percetakan filem, kalau kita campurkan lebih kurang RM500,000. Maka yang tinggal adalah RM700,000. Jika penerbit tidak mahu rugi atau mengambil risiko dia hanya perlu membuat filem dengan harga RM700,000 atau campur dengan kos promosi ialah RM1.2 juta.
21. Harga tiket yang tidak berubah hanya RM7 bagi setiap penonton tidak banyak membantu penerbit. Ini kerana kos produksi dan promosi ialah RM1.5 juta, jika kutipan kurang atau balik modal bagaimana penerbit hendak meneruskan pembikinan filem. GB membelanjakan sebanyak RM2 juta bagi setiap filemnya.
22. Ada beberapa alternatif lain untuk tujuan pemasaran namun ia tidak banyak membantu. Misalnya, jualan dalam bentuk VCD/DVD hanya berjaya mengutip sekitar RM120,000 bagi setiap tajuk. Kutipan kurang kerana masalah cetak rompak.
23. Selepas habis tayangan di panggung, filem itu akan ditayangkan di kaca televisyen menerusi slot tertentu misalnya, Hari Raya atau Tahun Baru. Pihak stesen akan beli filem berkenaan pada harga RM200,000 untuk dua kali

tayangan dalam tempoh dua tahun. Kali ketiga tayangan di televisyen adalah RM30,000 manakala selepas itu RM10,000.

24. Jika penerbit tidak mahu rugi atau mengambil risiko dia hanya perlu membuat filem dengan harga RM700,000 atau campur dengan kos promosi ialah RM1.2 juta. Jika penerbit sanggup mengambil risiko, dia boleh menambah bajet, ini bermakna penerbit boleh berbelanja besar dalam RM2 juta.
25. Buat filem memang tidak menguntungkan, produser kena sediakan print untuk tayangan di panggung. Kos satu print ialah RM4,000 bagi satu panggung. Katakan ada 40 panggung maka produser perlu membelanjakan sebanyak RM160,000 hanya untuk print filem. Dari segi genre yang popular ialah cinta, seram dan filem dokumentari. Kelebihan filem Jepun ialah cerita seramnya seperti Ju-On, The Ring manakala Thailand menerusi filem aksi Muay Thai (Tinju Siam) manakala Korea dengan melodrama dan air mata.
26. Itu adalah bisnes modal tetapi bukanlah bermakna kalau tidak mencapai sasaran penonton, kita akan rugi terus, tidak!. Kita ada lagi pendapatan sampingan iaitu jualan secara video, jualan televisyen, televisyen berbayar, televisyen percuma, ditambah pula dengan sedikit jualan televisyen untuk negara jiran seperti televisyen Singapura kemudian ada sedikit di Brunei, di Hotel Airline merupakan salah satu daripada pendapatan sampingan. Oleh itu, lagi besar belanja lebih tinggi risiko yang dihadapi.
27. Strategi pemasaran filem GB ke peringkat antarabangsa ialah menerusi tayangan di festival filem antarabangsa iaitu melalui pratonton filem Malaysia dan submission dalam festival berkenaan, barulah filem Malaysia dikenali. Misalnya, Mukhsin yang menyertai Festival Film Berlin dan memenangi anugerah.

28. Strategi kedua ialah pemasaran sendiri menggunakan world agent. Kaedah pemasaran antarabangsa menggunakan strategi 'the train' iaitu satu filem anchor dan diikuti dengan 10 filem B grade. Dengan kaedah ini, GB akan 'menumpang' filemnya dengan world agent yang akan mengenakan komisen sebanyak 30 peratus. GB perlu menyediakan poster dan pamflet filem berkenaan.
29. Mukhsin yang menggunakan agen pemasaran di Kanada khusus dalam bidang filem kanak-kanak.
30. GB memang bercita-cita memasarkan filem Malaysia ke peringkat antarabangsa tetapi realitinya berbeza dengan kos yang tinggi dan monopoli pasaran pihak antarabangsa.
31. Mengenai digital cinema, agak sukar kerana festival antarabangsa mewajibkan pihak penerbit menyediakan filem 35 mm dan bukannya digital. Ada juga percubaan untuk itu seperti tayangan drama pendek Kerana Karena dalam [gua.com.my](http://gua.com.my). Penonton boleh menontonnya secara percuma. Namun masih dalam peringkat percubaan.
32. Buat filem memang tidak menguntungkan namun GB terus berkarya kerana hendakkan satu perpustakaan untuk filem kerana ada stesen televisyen. Yang aktif di negara ini menghasilkan filem ialah GB, Metrowealth dan Tayangan Unggul – milik Astro.
33. Secara umum, GB sudah menghasilkan 10 filem sehingga kini, 10 filem Metro wealth dan 10 filem Tayangan Unggul.
34. GB ada juga menjual filem dan drama terbitannya ke Singapura, Indonesia dan Brunei. Syarikat televisyen di sana tertarik kerana jalan cerita yang menarik minat mereka.
35. Filipina, Thailand dan Indonesia mampu mengeksport filem atau drama mereka ke luar negara kerana adanya diaspora kaum mereka ke luar negara. Dengan



adanya diaspora ini maka memudahkan kemasukan filem berkenaan ke negara asing kerana mereka hendak menonton filem/drama yang boleh dihubungkan dengan budaya mereka (familiarity).

36. Kebanyakan mereka menjadi orang gaji dan anak yang ditinggalkan bersama maid Thailand/ Filipina/Indonesia akan membesar dengan menonton filem/drama berkenaan.
37. Kejayaan telenovela kerana diaspora kaum Hispanic, Portugis atau Sepanyol ke negara seperti Amerika Syarikat. Mula-mula filem yang dihasilkan untuk kaum berkenaan namun selepas popularitinya memuncak maka idea filem berkenaan ditiru.
38. GB juga ada meniru unsur yang ada dalam telenovela seperti percintaan, pertentangan antara kaya dan miskin menerusi rancangan drama Bella.
39. Oleh itu, apa yang berlaku ialah kita sebagai syarikat penerbitan, kita membuat sesi pitching yang mana penulis-penulis skrip dan pengarah akan datang dan menceritakan cerita mereka, mereka akan menceritakan mengenai apa yang mereka hendak bawakan. Dari segi jalan cerita, apa pembaharuan yang mereka buat, kalau kita bersetuju baru kita minta mereka sediakan skrip, Bila sudah selesai kita akan semak. Kadang-kadang skrip itu akan menjadi versi ke-7, 8, atau ke 10, Dalam masa setahun hingga dua tahun baru boleh datang balik dengan skrip yang telah siap di edit dan dipersetujui, kemudian baru boleh kita memulakan penggambaran.
40. Di Malaysia, filem yang ditayangkan di pawagam, peraturannya agak longgar. Ini bermakna, setiap filem dari mana-mana negara boleh ditayangkan di Malaysia asalkan diluluskan oleh Lembaga Penapisan Filem Malaysia. Purata bagi setahun, terdapat 500 filem asing ditayangkan di Malaysia berbanding dengan filem Melayu. Jadi tidak wujud persoalan adakah industri filem tempatan

tergugat kerana kita mengamalkan pasaran terbuka. Jadi kita perlu bersaing untuk mendapat tempat.

Terdapat 22 buah sekolah (universiti) di Malaysia. Mereka mengeluarkan beribu-ribu graduan setiap tahun, tapi di satu pihak lagi, tidak memberi secukupnya projek penerbitan kepada syarikat-syarikat penerbitan di Malaysia khususnya untuk membuat program-program televisyen, membuat drama-drama TV dan sebagainya. Perkara pertama yang harus dilakukan, iaitu satu industri kandungan yang seimbang, dengan adanya syarikat-syarikat penerbitan yang mendapat cukup projek sama ada daripada RTM, MEDIA PRIMA atau ASTRO. Mereka ini boleh mengambil pelajar-pelajar tersebut untuk memberi hands own experience dari segi bukan sahaja practical training tetapi juga alam pekerjaan, selepas mereka tamat pengajian nanti.

Tetapi bila tiada perkara ini, pelajar yang lahir, apa yang akan berlaku mereka akan keluar dengan teori semata-mata tanpa latihan praktikal yang cukup, peluang pekerjaan yang cerah bagi mereka ialah untuk menjadi tenaga pengajar dan akan mengajar teori-teori itu kepada pelajar baru. Perkara ini akan terus berlaku, pusingan tersebut terjadi kepada pelajar baharu, dan mereka akan menjadi pakar teori yang tidak ada pengalaman tapi sejak sektor industri ini muncul, sudah wujud satu lagi pusingan yang mana pengarah projek merungut tidak mempunyai projek yang cukup. Tiada peluang untuk menerbitkan filem, hal ini berlaku maka, bagaimana untuk membiayai pelajar-pelajar yang keluar esok, di situ terdapat perhubungan kitaran seperti telur dengan ayam.

Penerbit akan ambil tenaga-tenaga ini untuk menerbitkan filem, tapi sepertimana yang saya katakan tadi, ada beberapa sahaja filem yang dapat dikeluarkan setahun. Paling banyak 50 setahun. Dari segi itu memang penerbit filem ini akan mengambil pelajar bekerja, practical training dan juga jika ada pelajar-pelajar yang cemerlang

mempunyai idea yang berinovasi dan rajin. Yang berani jumpa penerbit, mereka akan dapat peluang menguruskan projek. Kalau setahun sudah ada berapa ribu student yang keluar? Jika keluar 6 hingga 8 ribu student setahun siapa yang nak bagi pekerjaan? Ada tak antara mereka yang terus pergi berjumpa syarikat penerbitan, siapa yang berani akan berjaya. Oleh itu pelajar-pelajar ini mesti berani jika ingin berada dalam industri ini.

41. Oleh itu, kesedaran dari pihak kerajaan mereka bahawa filem-filem berunsur patriotik ini harus difilemkan bagi mereka. Maka itu yang telah mereka lakukan. Kalau kita dapat contohi negara mereka, setahun kita dapat buat tiga hingga lima filem patriotik, Insya-Allah, dalam masa sepuluh tahun kita dah ada koleksi 30 hingga 50 filem sejarah ini dan apabila kita bekerjasama dengan kerajaan setidak-tidaknya dapat menarik penerbit swasta ataupun penerbit yang mahu menggunakan duit mereka sendiri untuk membuat filem yang sama. Jadi ini adalah tindakan yang pertama yang harus dilakukan oleh kerajaan. Kerajaan sebelum ini pernah membuat filem Paloh dan satu lagi filem patriotik, tetapi selepas itu terhenti seketika. Jadi filem yang ada di Malaysia ialah Bukit Kepong dan filem Leftenan Adnan. Selain dari Sarjan Hassan, itu sahaja filem patriotik yang ada di Malaysia dan sekarang ini diulang tayang setiap tahun. Dari pihak kami Persatuan Pengeluar Filem, kami sudah memohon kepada kerajaan supaya menjadikan pembikinan filem-filem kenegaraan sebagai satu misi sama sebagaimana kerajaan menerangi modal belanja bagi industri pelancongan Malaysia contohnya seperti kerajaan membiayai pembiayaan bagi memenuhi Muzium Negara dengan barang-barang lama. Bagaimana mereka membiayai arkib dan sebagainya, jadi mengapa kerajaan tidak membuat filem ini?

## LAMPIRAN E

**Temu bual pensyarah Fakulti Teknologi Kreatif dan Artistik, UITM, Prof Madya A Razak Mohaideen di UiTM pada 1 Mac, 2010.**

### **1) Bagaimanakah status industri filem tempatan?**

**Razak Mohaideen:** Bidang penerbitan filem di negara ini masih kecil dan belum begitu sesuai diiktiraf sebagai satu industri. Industri filem tempatan hari ini juga berhadapan dengan beberapa masalah seperti kekurangan skrip dan penulis kreatif, idea segar dan asli, pembangunan skrip yang masih tidak teratur dan terancang, dominasi filem luar di pawagam, penerbitan filem bermutu tempatan juga belum cukup ini disebabkan oleh peningkatan kos, kekurangan penaja promosi dan pelabur dan kerajaan masih tidak dapat memecah ‘kartel’ pawagam yang tidak mahu menyokong filem tempatan serta dana yang tidak mencukupi.

### **2) Bagaimana pula dengan status industri filem tempatan dengan negara lain seperti Singapura, Thailand, Filipina, Korea Selatan dan Jepun?**

**RM:** Jika hendak dibandingkan filem tempatan dengan Korea Selatan, Jepun, Thailand, Singapura, dan negara-negara lain, industri filem tempatan kita 100 tahun ke belakang. Untuk mencapai tahap yang membanggakan, sama seperti negara-negara luar ini, sesebuah filem tempatan itu haruslah mempunyai nilai-nilai global seperti kekuatan jalan cerita, lakon layar, tema, latar tempat, selain elemen-elemen identiti budaya tempatan agar ia mudah menarik penonton di peringkat antarabangsa.

Justeru, sesebuah filem tempatan seharusnya mempunyai faktor-faktor itu sebelum ia boleh diantarabangsakan dan diterima tonton oleh para peminat daripada segenap lapisan usia dan masyarakat walau di mana-mana juga

**3) Bagaimana pula dengan Dasar Filem Negara. Adakah ia membantu syarikat filem dan industri filem tempatan?**

**RM:** Tidak dinafikan bahawa Dasar Filem Negara sedikit sebanyak telah membantu syarikat filem tempatan. Peranan dasar ini jelas dilihat sebagai menjana kemajuan industri filem secara berterusan melaksanakan pelbagai program pembangunan industri termasuk menyediakan pembiayaan modal, skim latihan, promosi dan pemasaran, penyelidikan serta pembangunan. Selain itu juga Dasar Filem Negara turut memastikan keperluan dan kehendak teknologi dan daya kreativiti dalam dipenuhi sejajar perubahan masa.

**4): Pada pendapat sendiri, adakah kemasukan filem import menggugat industri filem tempatan?**

**RM:** Saya setuju, kemasukan filem import ini antara penggugat industri filem tempatan. Malaysia mengamalkan sistem pasaran bebas dalam kemasukan filem asing. Pengedar filem bebas akan membawa masuk filem dari mana-mana negara selagi ada pawagam yang sedia menayangkan nya. Dari satu segi, ini menunjukkan kerajaan kita mengambil pendekatan liberal dengan membenarkan rakyat menilai sendiri kesesuaian filem yang hendak ditonton .Tetapi dari segi lain pula, pendekatan ini menyekat peluang filem tempatan untuk bersaing dengan filem-filem yang dihasilkan dengan kos puluhan atau ratusan juta ringgit, terutama dari Hollywood.

Beberapa negara jiran kita, misalnya Indonesia dan Thailand ,menghadkan kemasukan filem asing dengan mengenakan syarat sama ada dialih suara ke dalam bahasa tempatan atau ditayangkan di pawagam yang terhad di ibu negara berkenaan sahaja. China dan Korea pula menghadkan jumlah filem asing yang boleh ditayangkan di negara itu kepada kuota tertentu

Sebaliknya, negara kita membenarkan kemasukan filem asing dengan syarat utama melepasi tapisan dan meletakkan subtitle dalam bahasa Melayu

**5) Bagaimana pula filem tempatan yang dieksport ke luar negara dan negara yang menjadi pengimport utama kandungan Malaysia?**

**RM:** Untuk mengeksport filem tempatan ke luar negara, pengusaha filem memerlukan belanja yang sangat besar. Namun ada filem-filem tempatan kita telah berjaya melepasi tembok ke Singapura, Indonesia, Thailand, Brunei, Vietnam dan sebagainya. Sebagai contoh filem Duyung, saya menghasilkan RM1.8 juta untuk kos pembikinan, Filem ini dipasarkan di negara Vietnam, iaitu di seluruh pawagam yang terdapat di sana. Dengan kos pembikinan sesebuah filem hanya RM1 juta, pengusaha tempatan tidak mungkin menghabiskan sebanyak RM2 juta atau RM3 juta semata-mata untuk memasarkannya di luar negara, iaitu satu jumlah yang jauh lebih besar jika mahu dibandingkan dengan kos pembikinan. Hakikatnya, industri filem kita sangat kekurangan kos untuk mengeksport filem tempatan ke luar negara.

**6) Berdasarkan pengamatan. apakah faktor geo-budaya (geo-culture) memainkan peranan penting dalam pengeksportan dan import filem?**

**RM:** Beberapa negara Asia, misalnya China dan Korea Selatan, Singapura, Thailand, dan Vietnam menyetengahkan filem mereka ke persada antarabangsa menerusi usaha permulaan kerajaan masing-masing membiayai penghasilan filem yang mengangkat sejarah, budaya dan adat resam mereka.

Melalui usaha ini, filem-filem mereka dikenali di peringkat antarabangsa serta berjaya menembusi pasaran dunia. Inilah galakan yang diperlukan oleh penerbitan filem tempatan. Mereka yang sudah berjaya menerbitkan filem yang mencatat kutipan box-

office atau terbukti dapat membayar balik pinjaman sama ada filem mereka berjaya atau tidak, perlu diberi peluang untuk menembusi pasaran antarabangsa.

Namun semua ini memerlukan bantuan kerajaan. Tidak rugi rasanya pelaburan dalam penerbitan filem mengenai sejarah, adat, jati diri dan cara hidup masyarakat berbilang kaum di Malaysia untuk tatapan dunia. Tetapi, jika hasrat ini hendak diserahkan sepenuhnya kepada penerbit tempatan dengan pembiayaan mereka sendiri, saya berpendapat agak lama lagi untuk kita melihat filem tempatan bersaing di pasaran antarabangsa.

**7) Bagaimana pula kesan penyatuan antara teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dalam mempengaruhi penghasilan, pengedaran dan penyebaran industri filem tempatan?**

**RM:** Kesan yang dapat kita lihat melalui penyatuan antara teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) adalah berjaya menghasilkan filem yang bermutu tinggi dan berjaya mengaut keuntungan. Kalau kita tengok negara-negara barat, boleh dikatakan hampir 100% menggunakan ICT dalam menghasilkan filem mereka. Keadaan ini mempengaruhi pengedaran dan penyebaran filem ke peringkat antarabangsa. Namun, untuk mengeluarkan filem yang memerlukan penggunaan imej janaan komputer dan pembinaan set yang besar, misalnya bagi sebuah filem bertaraf epik, perbelanjaan yang diperlukan untuk produksi sahaja tentulah memerlukan lebih RM3 juta. Lagi banyak kos dikeluarkan, lagi tinggi risiko yang dihadapi penerbit untuk mendapat pulangan. Bagaimanapun, ini tidak bermakna tidak ada penerbit yang berjaya mencatat jumlah penonton melebihi 600,000 orang.

**8) Baiklah Prof. bagaimana pula dengan mutu penghasilan skrip oleh karyawan filem tempatan, adakah hasil mereka diiktiraf pada tempatan dan antarabangsa?**

**RM:** Bercakap mengenai mutu dan pengiktirafan penghasilan skrip oleh karyawan filem tempatan, sebenarnya ini suatu yang subjektif. Setakat ini pengiktirafan karyawan skrip filem tempatan hanya berlaku dalam tempatan kita sahaja, sebaliknya untuk ke peringkat antarabangsa kita masih berusaha untuk menggondol pengiktirafan skrip oleh para karyawan tempatan.

**RM:** Untuk menghasilkan skrip bukan perkara mudah, malah sangat rumit dan memerlukan disiplin tinggi. Semua orang boleh mencetuskan idea dan barangan mengenai cerita hebat mereka, tetapi segala bayangan dalam kepala hanya tinggal sekadar kisah longgar yang tidak tersusun sehingga dizahirkan dalam bentuk tulisan.

Apabila penulis layar menulis, dia terlebih dahulu ‘melihat’ babak yang ditulisnya dan mendengar watak rekaannya melafazkan dialog yang dicipta dengan teliti sebelum naskhah jatuh ke tangan pengarah dan pelakon yang bakal menentukan sama ada mereka berjaya menginterpretasikan hasil karyanya dengan tepat seperti dia lihat.

Idea yang dikekang peraturan penguat kuasa dasar atau kepincangan lain seperti bajet terhad dan sebagainya tidak mungkin mampu menghasilkan sesuatu yang hebat, inovatif serta jujur.



**9) Adakah karya filem tempatan yang diterbitkan sarat dengan ideologi yang menetengahkan kebudayaan tempatan?**

**RM:** Kita tentulah tidak dapat menyaingi filem-filem berbudget besar yang dikeluarkan untuk sajian penonton dunia. Tetapi ini tidak bermakna tidak ada ruang untuk penerbit tempatan mengeluarkan filem yang lebih mendekati nilai-nilai murni Timur, jati diri, adat resam, budaya dan amalan agama kita sebagai tontonan alternatif bagi rakyat tempatan. Industri filem Malaysia adalah salah satu cabang institusi dominan yang popular yang secara tidak langsung memuat dan mengagihkan nilai-nilai dan pandangan-pandangan tertentu dalam masyarakat. Namun, industri filem tidak boleh disalah ertikan sebagai institusi hiburan semata-mata, sebaliknya perlu dilihat sebagai suatu institusi yang sarat dengan ideologi-ideologi tertentu. Sebagai contoh filem Hati Malaya, Bukit Kepong, Leftenan Adnan, dan sebagainya. Filem-filem ini sarat dengan ideologi tempatan. Dengan kata lain, industri filem tidak beroperasi dalam kekosongan. Malah andaian yang melihat industri filem sebagai sebuah institusi hiburan semata-mata yang hanya memberikan apa yang diinginkan oleh penonton perlu dihakis kan.

**10) Adakah kos pembikinan menjadi penghalang kepada penghasilan filem bermutu?**

**RM:** Memang benar, antara masalah yang dihadapi oleh industri filem Malaysia ialah kos pembikinan filem yang tinggi. Dengan itu, pembiayaan yang disediakan oleh Kementerian Perpaduan, Kebudayaan, Kesenian dan Warisan (sekarang Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan) menerusi FINAS dan SME Bank amat dihargai. Walaupun ia dalam bentuk pinjaman yang perlu dibayar balik, sekurang-kurangnya ini dapat membantu penerbit memulakan projek. Bagaimanapun, seperti apa juga bidang perniagaan, penerbit tidak bolehlah mengharapkan 100 peratus pinjaman daripada kerajaan. Sebaliknya, mereka perlu mempunyai modal sekurang-kurangnya 30

peratus daripada sumber sendiri. Ini akan membuatkan mereka bekerja dengan lebih tekun dan gigih lagi untuk mendapatkan pulangan.

Selain pinjaman, kerajaan juga wajar memberi geran kepada penerbit-penerbit yang berjaya untuk menghasilkan filem-filem berunsur kenegaraan untuk ditayangkan di peringkat antarabangsa dan menambah khazanah filem bagi tatapan golongan muda dan generasi akan datang. Sampai bila kita hendak bergantung pada filem Sergeant Hassan, Bukit Kepong dan Leftenan Adnan untuk ditayangkan pada setiap kali ulang tahun kemerdekaan negara.

#### **11) Bagaimana penonton filem tempatan?**

**RM:** Daripada kira-kira RM300 juta kutipan kasar pawagam di Malaysia, filem tempatan hanya mencatatkan 10 peratus atau RM30 juta dengan purata 25 hingga 30 filem dikeluarkan setahun. Ini kerana pasaran filem tempatan, khususnya filem Melayu hanya terhad kepada penonton Melayu.

**RM:** Secara purata, jumlah penonton filem Melayu kira-kira 300,000 orang.

**RM:** Jika diambil harga purata tiket wayang RM7, ini bermakna kutipan kasar berjumlah RM 2.1 juta. Setelah ditolak bahagian pengusaha pawagam sebanyak 50 peratus, ini bermakna penerbit hanya memperoleh RM1.1 juta, itu pun setelah dicampurkan dengan pulangan duit hiburan. Itulah kos yang boleh dikeluarkan oleh seseorang penerbit untuk mengeluarkan dan memasarkan serta mempromosikan sesebuah filem.

**RM:** Keuntungan penerbit hanyalah daripada pendapatan sampingan, iaitu jualan hak video dan hak siaran televisyen. Bagaimanapun, pendapatan yang diterima daripada kedua-dua sumber itu bergantung pada sama ada filem berkenaan berjaya mencatat

kutipan box-office. Tetapi, jika diambil kira tempoh masa yang diambil penerbit untuk menghasilkan filem, daripada pengumpulan cerita, produksi, sehingga pengedaran, selama 12 hingga 18 bulan, keuntungan yang diperoleh tidak banyak kerana perlu membayar pelbagai kos.

**12) Jika sebentar tadi mengatakan bahawa penonton filem tempatan majoritinya adalah orang Melayu. Pada pendapat saudara, bagaimanakah kita hendak menggalakkan kaum lain menonton filem tempatan?**

**RM:** Kita terpaksa menerima hakikat bahawa negara kita mempunyai pelbagai bangsa dan bahasa, terutama sekali Melayu, Cina, India dan bahasa-bahasa lain. Dengan itu kita tidak boleh menetapkan atau memaksa mana-mana kaum untuk menonton filem tempatan. Berlainan dengan negara Thailand, mereka hanya menggunakan satu bahasa sahaja walaupun turut mempunyai tiga bangsa. Keadaan ini menyebabkan masyarakat mereka tidak mempunyai banyak pilihan. Namun, sekiranya kita mengawal kemasukan filem daripada Bollywood dan Hollywood, mungkin kita dapat mengurangkan masalah ini.

**RM:** Antara lainnya adalah menggalakkan penerbitan lebih banyak filem tidak kira dalam bahasa apa sekalipun. Dengan adanya volume yang tinggi, saya yakin satu hari nanti penerbit filem tempatan berada dalam kedudukan yang membolehkan mereka 'memaksa' pengusaha pawagam untuk memberi keutamaan bagi penayangan filem tempatan dan bukan mengehendkan satu filem pada setiap dua minggu seperti hari ini.

**13) Baiklah, akhir sekali adakah faktor kekurangan skrip yang asli antara penyumbang kepada kurangnya kehadiran penonton di panggung?**

**RM:** Faktor kekurangan skrip yang asli adalah hanya sebahagian daripadanya sahaja. Ini adalah kehadiran penonton di pawagam bergantung kepada tanggapan, minat dan cita rasa mereka terhadap sesuatu filem. Masyarakat Malaysia belum sampai ke tahap menganggap filem sebagai satu budaya, sebaliknya sekadar hiburan semata-mata. Sebagai contoh sebagai Hati Malaya, skrip dan idea jalan ceritanya sangat asli, tetapi tidak dapat menarik penonton dengan bilangan yang diharapkan.

Namun demikian, memang tidak dapat dinafikan bahawa salah satu cabaran utama yang dihadapi oleh penerbit filem tempatan adalah untuk mendapatkan cerita yang baik. Penerbit memerlukan lebih banyak penulis skrip dan lakon layar yang berkeupayaan untuk mengangkat pelbagai isu masyarakat, tamadun, dan budaya tempatan ke layar sinema. Saya percaya tidak ada salahnya untuk kita mengadaptasi gaya penceritaan asing dengan cerita dan pendekatan tempatan asalkan kita tidak meniplak hasil kerja orang lain. Hari ini kita dapat melihat Hollywood mengadaptasi filem-filem dari Hong Kong, Korea, Thailand dan India.

**Interviewer:** Baiklah, sekali lagi kami ucapkan jutaan terima kasih atas kesudian Prof untuk berkongsi pandangan tentang hala tuju industri perfileman tempatan dengan kami.

**RM:** Sama-sama. Saya juga berterima kasih kerana memberi ruang kepada saya untuk menyatakan sesuatu berkaitan industri filem di Malaysia

## LAMPIRAN F

**Transkrip temu bual bekas Timbalan Pengarah Penyelidikan FINAS, Benjamin Hasbie pada 22 Februari 2010 di FINAS.**

**1) Bagaimana status industri filem tempatan?**

Benjamin Hasbi (BH): Status filem tempatan secara umumnya buat masa ini dari segi kutipan, memang amat memberangsangkan dari segi filem yang ditayangkan pada masa kini. Sebab kebanyakan filem yang ditayangkan pada masa kini adalah filem-filem berunsur komersial, Contohnya filem yang terbaharu V3, “Drift dan yang terbaru “Adnan sempit” dan juga filem-filem seram. Ia bermula daripada cerita hantu “Jangan Pandang Belakang”. Itu semuanya adalah kategori filem cereka, Dia punya tujuan juga untuk ‘commercialize’. Keuntungan semata-mata. Tiada lagi seni. Kalau nak seni tengok Allahyarhamah Yasmin Ahmad punya filem. That one is kualiti filem yang dipertandingkan di luar negara. memberangsangkan. Dari segi kutipan bagus juga kutipan dia dua tiga minggu ini. Kita tengok secara umumnya, kita punya filem, filem cereka memang pada masa kini ditayangkan di pawagam tempatan amatlah bulan Januari, dia punya kutipan memang tinggi

**2) Actually dia tengok kutipan tinggi, dia ada kualiti atau tidak? Atau kita nak tengok sebab kita suka? Pada pandangan encik bagaimana?**

**BH:** Pada pandangan FINAS, filem-filem yang ditayangkan masa kini adalah berunsur komersil. Komersil itu maksudnya dari segi pelakon dia. Jalan cerita dia memang simple. Sama ada hero mati atau hero hidup ataupun orang baik menang. Pelakon dia adalah yang top sekarang ini. Pelakon muda, pelakon yang mana diminati oleh golongan

muda lah golongan belia sekarang ini. Nak cakap banyak-banyak tak boleh.. Selain golongan belia punya pelakon yang dia orang suka sebenarnya dia ambil pengalaman juga misalnya filem seram, filem komedi dan filem cinta. Misalnya kalau you all tengok filem” Lembing Awang pulang ke Dayang” dia sebenarnya berkisar kan tradisional. Pelakon dia popular juga iaitu Farid Kamil tetapi tidak mendapat sambutan yang menggalakkan sangat. Macam cerita ”Paloh”. Kalau you tengok filem Paloh, filem-filem berunsur sejarah. Hati Malaya lah senang. Sambutan di pawagam memang kurang tetapi dia punya tetapi dia punya kesan dia pada sejarah kira tercapai juga. Tetapi dia hanya dapat ditayangkan di PLKN(Pust Latihan Khidmat Negara). Tetapi di public, di pawagam memang kurang. Genre ini tidak diminati walaupun jalan ceritanya bagus. Generasi sekarang lebih berminat kepada benda-benda yang menarik. Perempuan, kereta, motor..

**3) Mungkin ia disebabkan oleh kegagalan meletakkan 'target audience' yang sesuai?**

**BH:** Yes target audience.

**BH:** Misalnya perempuan nak lelaki yang hensem. Macam juga filem Hindustan, Bollywood punya. Dia orang nak yang hensem, perkasa, kacak. Sama juga dengan trend dekat Malaysia. Kalau tiada pelakon yang hensem, tak nak datang tengok filem tempatan. Produksi pun pilih jalan mudah, banyak buat cerita untuk mendapat keuntungan semata-mata, jalan cerita yang sama dan pelakon yang sama. Itulah fenomena yang terjadi pada industri filem di Malaysia.

**4) Kalau dibandingkan filem tempatan dengan negara-negara seperti Singapura, Thailand, Filipina, Korea Selatan dan Jepun macam mana status filem kita pula?**

**BH:** Filem Malaysia, kalau hendak masuk ke Thailand memang susah. Masalahnya bahasa. Kita kena buat alih bahasa satu. And then dia punya filem Thailand, dia punya tahap level dah macam filem Korea tau. Sekarang ni tengah ‘boom’ filem dari Korea Selatan, filem dari China semua tu kan. Tahap filem Thailand sama seperti filem Korea. Filem Indonesia pula laku di Malaysia, sebab jalan ceritanya. Macam filem yang berunsurkan cinta contohnya ”Bila Cinta Bertasbih”, ”Ayat-ayat Cinta”. Filem Malaysia dalam Malaysia saja. Tidak dapat hendak dikeluarkan. Kalau nak keluarkan dia kena produser filem tempatan kena menghasilkan kualiti seni, filem yang boleh buat kita berfikir. Macam filem Yasmin Ahmad tetapi itu pun belum tentu akan berjaya promosi di luar negara. Maksudnya di rantau Asia tenggara. Sebab karya filem Malaysia dibandingkan filem Thailand, Filipina, Indonesia kualiti diorang lagi tinggi tau. Kalau u tengok dekat pawagam, filem-filem asing, kebanyakan filemnya berkualiti dari segi bunyi, jalan ceritanya. Kalau filem Malaysia ni, dia hanya berkembang di dalam Malaysia sahaja. Itu pandangan peribadi sayalah..

**5) Adakah kemasukan filem import menggugat industri filem tempatan?**

**BH:** Memang menggugat, tetapi kita sudah kurangkan pengimportan filem dari luar negara. Kita kurang sedikit demi sedikit. Tetapi itu terpulang pada pawagam bagi GSC, dia nak laku tempat pawagam dia, dia terpaksa mengimport filem dari Hollywood, sama Blockbuster, that’s one dah jadi macam kemestian kepada mereka. Kebanyakan filem dari Hollywood kalau dari Asia Tenggara ini kurang sedikit..

**6) Adakah sebab, kita boleh tengok baru-baru ni macam Alice In The Wonderland dia buat promotion gah betul-betul di Mid Valley, adakah sebab kita punya filem Malaysia ni kurang buat promotion dari segi itu?**

BH: FINAS memang membantu produser-produser filem tempatan untuk memasarkan filem mereka di pasaran atau festival filem antarabangsa. Pada tahun 2009, 2008 dan tahun-tahun sebelumnya, Finas pernah menyertai pasaran filem di Hong Kong. Finas memperjuangkan produk-produk di pasaran filem luar negara dari segi festival filem tempatan atau filem antarabangsa kita menayangkan filem-filem ini di luar negara. Macam tahun 2008 dan 2009 Kementerian Kebudayaan Kesenian pernah mengadakan Mingguan Filem Malaysia. Di dalam Minggu Filem Malaysia terdapat tayangan percuma dalam selected pawagam. Kita buat kat London, kat Melbourne dan Singapura. Di London, 2008 kita buat promosi apa semua, kita buat tayangan filem Duyung, Congkak, sambutan amat menggalakkan tetapi yang datang tu orang Melayu yang kerja kat sana. Orang putih saya sampai tarik tapi dia tak nak tengok. Saya cakap ada subtitle B.I. besar kemungkinan kita buat tayangan pada weekdays, orang putih ni kan kerja bagai nak rak. Kalau weekend mungkin dia orang lebih santai. Ni hasil postmortem, observation di luar negara. Satu tempat je kita pergi lepas tu tak ada pergi lagi dah.

**7) Bagaimana pula filem tempatan yang dieksport ke luar negara yang menjadi pengimport utama kandungan Malaysia?**

BH: Tidak ada negara yang menjadi pengimport utama kandungan Malaysia secara berkala. Ia tidak tetap. Sebab kita menjual produk ke luar negara melalui pasaran di luar negara seperti Mid TV di Hong Kong. Mereka membawa produk ini untuk memperkenalkan produk filem kita di Hong Kong. Kita memang pergi ke pasaran di luar negara di mana tempat berkumpul semua produk.



**8) Bagaimana dengan Dasar Filem Negara. Adakah ia membantu syarikat filem dan industri filem tempatan?**

BH: Dasar Filem Negara merupakan tiang yang memangkinkan industri filem. Dalam dasar filem negara ini ada 6 strategi yang berkaitan dengan penerbitan filem, infrastruktur, pemasaran dan promosi dan insentif permodalan yang boleh diberikan kepada penggiat industri. Strategi berkaitan dengan penerbitan filem, pemasaran promosi, berkaitan dengan insentif yang boleh diberikan kepada penggiat-penggiat industri. Melalui program itu, ia akan menjadi guideline kepada penggiat industri dan juga FINAS sebagai badan yang memantau industri ini. Contohnya, infrastruktur, kita membina kompleks, studio sound stage yang baru dibina bertaraf Dolby tau. Kalau nak dapat certified taraf Dolby tu kita kena dapat dekat luar setiap pawagam dalam dua minggu. Ini adalah inisiatif FINAS sendiri. Disebabkan ada syarat wajib tayang ni, mereka wajib buat tayang filem Malaysia walaupun filem Hollywood lebih mendapat sambutan berbanding filem Malaysia.

**9) Apakah faktor geo-budaya (geo cultural) memainkan peranan penting dalam pengeksportan dan import filem?**

BH: Filem yang ditayangkan selama lima tahun ini kebanyakannya adalah filem Melayu. Dari segi budaya, filem terarah kepada kebaratan dari dressing dan cara pakaian tetapi seperti filem Malaysia dari segi budaya ketimuran itu tiada. Boleh nampak tak corak dia iitu? Macam filem KL Drift cara berpakaian dia sama sahaja, terpengaruh dari budaya Barat.

**10) Adakah kos pembikinan menjadi penghalang kepada penghasilan filem bermutu?**

**BH:** Kos adalah salah satu faktor kepada penghasilan filem yang bermutu, yang boleh menangani filem dari negara Asia lain. Kita jangan berbanding dengan Hollywood. Kita Cuma tengok lingkungan dari rantau Asia sahaja. Contohnya Korea Selatan, Jepun, atau paling dekat dengan Malaysia(Thailand), buat filem. Kos bagi saya merupakan salah satu faktor penting dalam penghasilan filem yang bermutu. Faktor lain dari segi pembangunan modal insan, kemahiran pelakon tempatan sendiri.

**11) Bagaimana dengan mutu penghasilan skrip oleh karyawan filem tempatan, adakah hasil mereka diiktiraf pada peringkat tempatan dan antarabangsa?**

**BH:** Kalau dapat skrip dari Mohammad Yasmin atau Pok you hang itu skrip yang bagus. Satu skrip yang bagus memerlukan banyak faktor dari segi pengarang skrip sendiri, sinematografi, atau latar belakang filem. Kita sudah ditayangkan oleh budaya German, jadi kita perlu berfikir intelektual seperti pensyarah-pensyarah, orang yang lama dalam industri ini, atau orang-orang yang betul minat dalam bidang ini. Tetapi pada masyarakat ini, budaya setanding dengan Hollywood.

**12) Jumlah penonton yang menonton di pawagam kurang sejuta menyebabkan filem tempatan tidak dapat mencatatkan kutipan lebih besar?**

Memang, jadi bila ditayangkan di pawagam, produser tidak dapat menjual filem kepada satelit, transkrip kepada RTM, atau jadi DVD, VCD. Dari segi pawagam memang tidak sampai sejuta, tetapi dia kena beralih ke tempat lain, contohnya pensil. Kebanyakan orang tidak tengok wayang di pawagam, mereka memilih download dari internet atau cetak rompak dari mana-mana.

**13) Penonton filem tempatan majoriti adalah orang Melayu. Bagaimana nak menggalakkan kaum lain menonton filem tempatan?**

BH: Memang majoriti orang Melayu, tetapi sekarang ada konsep satu Malaysia. Kesamarataan dari segi filem, tidak hanya mahu tayang cerita yang bangsa Melayu sahaja. Kepada bahasa lain, Cina, India atau lain-lain juga boleh ditayangkan. Filem tempatan Cina 'wohoo' ditayangkan pada jangka masa ini. Kos sebanyak RM4 juta lebih. Ini membuktikan bahawa Malaysia juga ada buat filem bahasa lain. India juga ada buat filem cuma kebanyakan dalam bentuk DVD tetapi dalam bahasa Tamil juga.

**14) Penonton filem tempatan majoriti adalah orang Melayu. Bagaimana nak menggalakkan kaum lain menonton filem tempatan?**

BH: Kalau untuk 'Harry Potter' kita boleh tengok melalui box office filem itu. Tetapi biasa di filem tempatan yang asli dari segi kreativiti tidak ada, ini boleh menjadi penyumbang kepada ke tidak hadir penonton. Seperti filem 'Jangan Pandang Belakang', konsep idea dari Hollywood, hantu cuma pakai paung, atau pakai rambut panjang, kain putih. Ini yang dapat buat menarik kepada penonton. Latar belakang muzik juga menjadi filem itu kepada lebih menarik.

**15) Apakah harapan anda terhadap filem tempatan pada masa kini?**

**BH:** Harapan saya terhadap pandangan filem berfikir positif supaya lebih banyak filem tempatan dihasilkan. Saya berharap lebih banyak filem Melayu, Cina, dan India ditayangkan, tidak hanya filem Melayu ditayangkan. Kita harus lebih kepada geo-budaya. Geo-budaya seperti budaya Melayu, Cina dan India dari segi konflik atau aspek variasi harus pelbagai dan berkualiti kan. Filem tempatan yang menjadi Box Office itu juga boleh ditambah baik. Mungkin pelakon juga boleh dilatih lagi supaya menjadi lebih professional.

END

## LAMPIRAN G

DIN CJ - nama sebenar Nordin Wahab

### **1) Mutu filem negara setanding dengan filem luar?**

DIN CJ: Sejujur nya, filem tempatan masih jauh ketinggalan berbanding filem luar negara. Filem luar mempunyai kualiti yang lebih baik kerana mempunyai bajet tinggi, studio yang lengkap, teknologi yang terbaru dan canggih berbanding filem tempatan yang mempunyai bajet sederhana dan kecil sahaja, teknologi yang digunakan pula bukanlah yang terbaru kerana kebanyakan teknologi yang terbaru agak mahal dan tidak mampu dibawa masuk ke negara kita. Walaupun banyak kekurangan namun filem tempatan mempunyai kualiti yang tersendiri. Filem tempatan juga telah mula menggunakan teknik imej janaan komputer (CGI) seperti yang digunakan KRU Studio melalui filem Cicakman, Magika dan yang terbaru Hikayat Merong Mahawangsa. Maka filem tempatan juga tidak kurang hebatnya berbanding filem luar negara.

### **2) Genre yang menjadi pilihan penonton ketika ini?**

DIN CJ: Kita dapat lihat pelbagai genre filem akan keluar pada sesuatu tahun. Genre aksi, seram, romantik, komedi, muzikal dan sebagainya. Filem bergenre seram sangat banyak untuk pasaran tahun ini. Ini menunjukkan penonton menyukai filem seram dan mampu mendatangkan keuntungan berbanding filem genre lain. Tayangan filem seram untuk tahun ini mendominasi genre lain, contohnya Khurafat, Sini Ada hantu, Karak, Momok Jangan panggil Aku, Penunggu Istana, Dilarang Masuk, Seru dan Senjakala dan sebagainya. Jadi dapat dikatakan bahawa filem seram mendapat pasaran yang lebih baik dan disukai penonton. Filem Khurafat misalnya, mencatatkan kutipan sebanyak RM7.9 juta. Filem bergenre aksi seperti Evolusi KL Drift serta genre komedi Adnan Sempit

juga mendapat tempat di hati penonton apabila mengutip masing-masing sebanyak RM7.66 juta dan RM5.67 juta. Pada saya penonton menyukai filem bergenre seram, aksi dan komedi. Pembikin filem pula cenderung mengeluarkan genre seram kerana mengikut trend semasa yang memperlihatkan filem seram sering memperoleh keuntungan.

### **3) Sokongan yang diberikan kerajaan?**

**DIN CJ:** Alhamdulillah, setakat ini kami mendapat kerjasama yang baik daripada Kementerian Penerangan, Komunikasi dan kebudayaan dan FINAS. Walaupun pandangan peribadi saya mengatakan bahawa seni masih algi dianak tiri, sebenarnya lebih dianggap anak haram tetapi kementerian dan FINAS banyak memberi bantuan terutama daripada segi teknologi, dana pembangunan seni dan nasihat menerbitkan sesuatu filem atau drama.

### **4) Belajar mengarah filem?**

**DIN CJ:** Saya tidak pergi mana-mana sekolah seni seperti pengarah lain. Semua ilmu pengarahan saya timba dan belajar menerusi pengarah berpengalaman dan melalui mereka saya mendapat kepercayaan dan keyakinan untuk mengarah. Apa kerja yang saya tidak buat? Semuanya saya lakukan tanpa membantah. Dari situlah saya banyak belajar dan Alhamdulillah apabila sudah menjadi pengarah saya tahun semua perkara.

### **5) Masalah produksi?**

**DIN CJ:** Sebenarnya produksi saya kurang bermasalah kerana kami bekerja secara profesional. Cuma yang selalu mendatangkan masalah ialah pelakon. Kadang-kadang mereka datang lambat ke lokasi, mengambil banyak tawaran berlakon dalam satu masa selain kurang melakukan latihan untuk memantapkan lakonan. Masalah seperti ini boleh

mempengaruhi kelancaran sebuah produksi kerana kami semua saling bergantung. Sebagai contoh, jika seorang pelakon itu sering mendatangkan masalah, pihak produksi terpaksa memanjangkan masa sewaan lokasi, kostum dan membayar gaji lebih kepada krew.

#### **6) Bagaimana produksi mengatasi masalah berkenaan?**

DIN CJ: Jika masalah disiplin artis, pihak produksi tidak boleh berbuat apa-apa. Jika ingin saman kerana melanggar kontrak pula, ia sangat rumit, memenatkan dan menghabiskan wang. Jalan penyelesaiannya pihak produksi kami biasanya senang bekerjasama dengan artis yang pernah bekerjasama dengan kami sebelum ini seperti haliza Misbun yang sangat profesional di lokasi.

## **LAMPIRAN H**

**Transkrip temu bual dengan Pengurus Besar Tayangan Unggul Sdn Bhd, Gayatri Su-Lin Pillai pada 15 Mac 2010.**

### **1) Bagaimanakah status industri filem tempatan?**

**Gayatri:** Pada pendapat saya, secara keseluruhannya industri perfileman tempatan kita semakin meningkat. Boleh dilihat apabila 27 filem yang telah dikeluarkan.

**Gayatri:** Peningkatan berlaku dari tahun 2007 hingga tahun 2009 daripada RM50 juta kepada RM27 billion.

### **2) Bagaimanakah status industri filem tempatan berbanding dengan negara lain seperti Singapura, Thailand, Filipna, Korea Selatan, dan Jepun?**

Gayatri: Sekiranya kamu semua ingin tahu dengan lebih lanjut, bolehlah layari laman web [www.finans.gov.my](http://www.finans.gov.my). Kamu akan dapat tahu berapa jumlah filem dari luar. Jika kita buat pengembaraan di Perak. Buat pengembaraan di Perak perlu bayar untuk pengangkutan dan hotel. Tetapi di KL saya tidak perlu bayar semua itu. Bila kita travel kamu tidak akan the value on screen. Memang nampak Penang tu nampak lain contohnya, tapi kamu tak nampak nilai sebenarnya. Jadi, mungkin 10 tahun akan datang kita akan nampak artis lebih bagus ke, atau pun aksi yang lebih bagus.

### **3) Bagaimana Dasar Filem industri tempatan?**

Gayatri: Dasar Filem Negara ini bagus diwujudkan. Bulan 2 yang lalu, kami telah menghadiri satu Mesyuarat yang berkaitan dengan Dasar Filem Negara. Jadi Dasar ini cuba membantu industri perfileman tempatan khususnya.



**4) Kemasukan filem import yang dikatakan menggugat industri filem tempatan?**

**Gayatri:** Ya, menggugat. Antara filem yang boleh dikatakan menggugat ialah filem dari Hokkien, Hollywood dan Bollywood. Tetapi kadangkala filem luar juga diperlukan dalam filem tempatan kerana ingin memenuhi selera masyarakat Malaysia. Walaupun begitu, filem luar ini tidak boleh menyekat filem tempatan. Kemasukan filem dari luar juga perlu disekat jumlahnya supaya tidak memberi saingan yang hebat kepada filem tempatan.

**5) Bagaimana pula filem tempatan yang dieksport dan negara yang menjadi pengimport utama kandungan filem dari Malaysia?**

**Gayatri:** Filem kita yang dieksport ke luar negara kebiasaannya ke negara China, Eropah, dan beberapa negara lain lagi. Jenis ceritanya yang berbentuk horror. Negara yang menjadi pengimport utama filem Malaysia ialah Brunei dan Singapura. Bentuk cerita yang diminta oleh negara luar terhadap filem Malaysia ialah seram dan filem aksi. Contohnya, filem tempatan yang popular di luar negara ialah filem Mualaf yang popular di negara Hong Kong.

**6) Apakah faktor-faktor geo-budaya (geo-culture) memainkan peranan penting dalam pengeksportan dan import filem?**

Gayatri: Erm...boleh dikatakan begitu sebab cerita yang terdapat unsur-unsur pemakaian seksi, seks bebas, aksi-aksi romantik sangat mempengaruhi masyarakat Malaysia. Berbanding pula dengan filem tempatan yang tidak digemari oleh negara luar kerana tidak terdapat unsur-unsur sedemikian. Filem pertama yang masuk ke Malaysia seperti Nang-nak dan kemudian Ong-bak dari Thailand. Jadi filem yang ingin dikeluarkan mestilah mempunyai mesej kerana ia akan ditonton oleh pelancong dari

luar. Cerita jenis romance adalah dari Korea. Kita tidak boleh bandingkan filem kita dengan negara luar kerana, Malaysia mempunyai batasan yang perlu dipatuhi.

**7) Antara filem terbitan Tayangan Unggul yang dieksport ke luar negara?**

**Gayatri:** Jangan bimbang, kadangkala ada juga filem luar ingin juga menonton budaya negara kita. Sebagai contohnya, filem baik punya cilok.

**8) Kualiti skrip yang dihasilkan penulis tempatan?**

**Gayatri:** Sangat sedihlah,(gelak).....kebiasaannya skrip yang di hantar sangat sedihlah. Boleh dilihat sepanjang 28 filem yang telah dihasilkan ini skripnya dihasilkan oleh director sendiri, bukannya dari penulis skrip. Sebab mereka tahu apa yang diinginkan mereka secara terus nya.

50 peratus benar. Hal ini, kerana kebanyakan skrip yang ada kebanyakan klise dan meniru daripada luar. Sebagai tambahan. Sesuatu filem itu tidak boleh menyentuh mana-mana kaum dan agama lain.

Ada novel-novel yang diterbitkan diadaptasikan dalam filem tempatan seperti drama?

**Gayatri:** Ada....

**9) Adakah kos pembikinan sangat mempengaruhi dan menjadi penghalang kepada penghasilan filem bermutu?**

**Gayatri:** Sekiranya kita mempunyai bajet yang lebih, jadi tidak mustahil untuk kita menghasilkan filem yang lebih bermutu. Semuanya bergantung dengan bajet yang kita ada.

**10) Jumlah penonton kurang sejuta menyebabkan filem tempatan tidak dapat mencatatkan kutipan lebih besar?**

Gayatri: Betul, kerana dalam negara Malaysia sendiri secara kasarnya ada 15 juta orang Melayu, tidak termasuk kanak-kanak, suri rumah dan orang-orang tua yang tidak menonton. Maka kebanyakan yang menonton adalah golongan remaja. Kebetulan pula, skop filem tempatan kini banyak disasarkan kepada golongan remaja.

**10) Majoriti penonton filem tempatan adalah orang Melayu, Bagaimana hendak menggalakkan kaum lain menonton filem tempatan?**

Gayatri: Buat kajian, dengan membuat filem satu Malaysia. Serta memberi pandangan yang baik pada penonton. Begitu juga dengan menunjukkan pemandangan dan lokasi yang menarik di Malaysia.

END

## **LAMPIRAN I**

**Transkrip temu bual KP FINAS Muhammad Naguib Abdul Razak pada 24 Ogos 2012.**

### **1) Perkembangan terkini industri filem tempatan ?**

Kita bernasib baik sebab sejak dua tahun hampir dua tahun dah ya kita dah proses filem telah dikenal pasti sebagai salah satu peneraju utama yang mampu membawa industri kita kepada matlamat program transformasi ekonomi jadi dengan itu kita punya wawasan dan aspirasi untuk menyusun semula filem industri kita ni dan, industri kreatif jauh lebih besar di mana kita ingin melihat cara-cara kita boleh menjayakan industri kita bukan sahaja atas dasar atau matlamat di mana kita ingin meningkatkan mutu atau sara hidup industri tapi untuk menaikkan ekonomi industri kita sendiri.

Dan pada waktu yang sama kita telah melihat satu peningkatan yang sungguh meyakinkan di dalam industri filem ini di mana dalam sejak tahun lepas kita telah melihat peningkatan hampir dua kali ganda dari segi box office filem tempatan yang telah mencecah 126 juta untuk tahun 2011 berbanding dengan 49 juta tahun 2009.

ini menunjukkan industri kita telah membesar dan meningkat dengan sangat kuat. Jadi kita ingin mengekalkan peningkatan ini dan kita sedang menyusun beberapa program di mana kita akan melihat cara kita boleh kekalkan peningkatan setinggi ini.

Itu cuma box office di pawagam, di mana filem tempatan ini boleh menjana nilai lebih besar di mana ia melibatkan juga mungkin hasil daripada Astro first dan penjualan DVD dan juga yang belum kita kumpul di dalam data ini adalah hasil penjualan di peringat

antarabangsa yang kian setakat ini makin meningkat dari segi ruang yang ada dan kejayaan yang ada di kalangan filem-filem dan content divisyen yang berjaya di peringkat antarabangsa.

## **2) Perancangan yang sedang dibuat?**

Di bawah peneraju menteri kita, datuk seri rasi yatim sebagai pengerusi majlis NKCCI, new Aeconomic Area communication Content Infrastructure, di bawah program transformasi ekonomi ini banyak beberapa perkara telah diperkenalkan untuk menyusun semula dan membawa industri kita jauh ke hadapan. Antara yang diperkenalkan ialah insentif produksi, 30 peratus yang telah diperkenalkan pada awal tahun ini yang akan diperkenalkan di hujung tahun ini yang sedikit sebanyak akan membantu projek-projek filem televisyen yang akan membuat penggambaran di Malaysia ini sama ada untuk filem projek antarabangsa ataupun tempatan di mana tiap-tiap projek yang mencapai kriteria memenuhi kriteria yang telah ditentukan mereka akan dapat rebat sebanyak 30 peratus.

Pada waktu yang sama kita juga ada program-program seperti KLCIM, Kuala Lumpur communicating and creative industry market di mana kita mengumpulkan beberapa program yang mampu membawa industri kreatif bersama untuk menukar fikiran dan menjayakan kerjasama secara antarabangsa. Melalui program-program pasaran, persidangan, master class, festival, dan juga business to business networking.

## **3) Insentif yang ditawarkan?**

Ia juga ditawarkan untuk penerbit tempatan yang ingin membuat filem pada skala yang lebih besar sikit mereka juga mendapat bantuan yang sama. Peratus 30 peratus daripada semua kos perbelanjaan di dalam Malaysia. 50 juta daripada kerajaan dan berbeza dari

tahun ke tahun telah dikenal pasti untuk tahun pertama.

Proses akan dibuka mulai 1<sup>st</sup> Oktober.

#### **4) Cabaran yang dihadapi?**

Sebenarnya sekarang ni kita dah menunjukkan kematangan dari segi pembikinan filem yang berjaya mencungkil menarik minat penonton begitu banyak filem yang menjangkau mencapai nilai box office berjuta-juta 4 juta enam juta hingga 11 juta ada filem berjaya di peringkat itu.

Di mana penerbit kita dah mula menguasai memahami citarasa penonton. Cabaran ada dua. Pertama adalah kita meningkatkan dan menyusun aktiviti penerbitan kita ni secara business as a business sebagai perniagaan yang boleh kita tingkatkan tanpa menjejaskan lagi prestasi kita how do we scale up the production and generate higher return without moving away from successful model.

Dan yang keduanya macam mana kita boleh menguasai peluang-peluang yang ada di rantau di peringkat antarabangsa kalau kita cerita kan peluang antarabangsa tak semestinya bercerita tentang kita ingin menguasai Hollywood malahan banyak peluang yang ada di dalam rantau ini di negara-negara seperti Indonesia dan Singapura yang paling dekat sekali,

kami sedang menyusun kerjasama dengan pihak kerajaan Singapura dan Indonesia untuk mencari cara kita boleh mengadakan seolah-olah satu koridor of opportunity kami juga dalam proses peringkat yang akhir dalam menyempurnakan satu sebuah perjanjian kerjasama antarabangsa dengan Australia dan dengan ada platform-platform seperti ini termasuk juga dengan KCCIM, kita rasa banyak begitu banyak peluang untuk penerbit

kita untuk mereka menguasai dan meraih peluang di peringkat antarabangsa cuma kita alu-alukan penerbit mula lah bersiap sedia untuk memahami dan menyusun strategi yang mampu mengambil kesempatan ini.

#### **5) Dalam bentuk?**

Saya rasa mungkin dalam peringkat pertama melibatkan pasaran mungkin kita adakan perjanjian di mana kita pastikan ada cara saksama kita ada peluang untuk filem-filem daripada negara mereka masuk ke negara kita dan secara timbal balik bilangan yang sama filemnya masuk ke negara mereka juga.

Saya tahu pihak Singapura sangat mengalu-alukan program seperti ini kerana mereka rasakan pasaran Malaysia boleh membuka lebih banyak ruang untuk penerbit mereka. Jadi kita minta juga mereka membuka ruang untuk penerbit kita juga untuk meraih peluang atau dana atau apa-apa kelebihan lain yang boleh menjadi satu timbal balik yang seimbang di negara kita.

Kalau cara yang sama juga kita tengah kaji sedang berunding dengan pihak-pihak berkepentingan di Indonesia sama ada kerajaan ataupun swasta di mana kita ingin cari model di mana beberapa filem di kenal pasti yang sesuai boleh masuk di sokong di usaha untuk berjaya di pasaran Indonesia dan masa sama kita beri peluang untuk beberapa tajuk bilangan tajuk yang sama masuk ke Malaysia juga. This is the way. Kita kena ada bilangan tajuk yang ada seimbang dengan ini kita sedikit sebanyak boleh juga membantu satu semangat timbulkan semangat kerjasama yang positif di antara dua negara yang sebelum ini mungkin di lihat lebih ke arah cenderung lebih kompetitif. Tapi sekarang ni ada semangat dan niat hasrat untuk bekerjasama dan model itu kita harap kita dapat perluaskan di seluruh rantau Asean juga pada waktu in the future.

#### **6) Adakah mempunyai tempoh tertentu?**

Kita harap dalam tahun ini kita akan meterai perjanjian bersama Australia dan bersama Singapura sementara Indonesia kita harap dalam tahun depan. Kita berjaya mendapat mengenal pasti modelnya.

Secara tidak langsung kita ada kemungkinan kita berkongsi apa-apa teknologi atau keperluan teknologi yang mungkin antara satu pihak dengan kita juga tapi kita tak perlu we don't need to duplicate each other. Technology based kan. Saya diberitahu di Indonesia ada kemudahan film restoration yang canggih yang mungkin kita memberi sokong dan akan menggunakan dan sebagai timbal balik mereka mungkin boleh menyokong dan mengalu-alukan lebih banyak penerbit mereka membuatkan kerja audio mixing mereka di Malaysia dan menggunakan digital mix stage finas ya yang bertahap dolby.

#### **7) Tahap industri kreatif Malaysia peringkat antarabangsa ?**

Saya sangat yakin melihat beberapa kita telah mula diterima di beberapa pihak antarabangsa untuk pasaran antarabangsa filem-filem seperti merong mahawangsa, telah di terima baik dan seterusnya filem bunohan juga. Kalau dari segi animasi filem saladin siri animasi saladin selepas itu filem seafood dan baru-baru ini saya dengar ada tajuk bola kampung juga boleh untuk pasarkan di peringkat antarabangsa dan bila-bila kita pergi ke pasaran antarabangsa kita mendapat feedback yang sangat positif terhadap mutu animasi kita atau filem kita yang saya menunjukkan sebenarnya masanya telah tiba untuk kita confident untuk lebih aktif bekerjasama di peringkat antarabangsa.

Kalau diperingkatkan rantau Asia banyak sudah program2, filem-filem animasi yang dihasilkan secara kolaborasi atau gandingan dana di peringkat antarabangsa jadi bila



satu produksi dihasilkan itu produksi itu boleh dihasilkan untuk pelbagai negara dan untuk tiap2 negara itu ada dana yang dikongsi. Jadi itu boleh jadi lebih lumayan sebenarnya jadi kalau kadang-kadang kita buat secara tempatan sahaja dan kemudiannya nak jual mungkin kita akan pulangnya akan terhad. Tapi kalau kita kuasai dan mengambil kesempatan mendapatkan pelaburan di peringkat produksi tendency untuk kita mendapatkan pelaburan itu lebih tinggi. Mungkin hingga sepuluh kali ganda berbanding dengan apa yang kita dapat jikalau kita jual di penghujung setelah

Maknanya kalau kita sebabnya, ini kalau kita dah siap baru nak jual mungkin kadangkala dorang cakap ada karakter macam ni tak sesuai untuk negara kita dah kita punya nilainya dah jatuh. Tapi kalau dari awal-awal lagi negotiate kita boleh bagi tau dah bila dorang beritahu kita boleh sesuaikan content kita. Bila kita persuaikan tu jadi lebih lah mereka akan sanggup untuk memberi sokongan atau melabur dalam projek kita.

Perbincangan itu perlu bermula di peringkat awal lagi di peringkat pra produksi lagi dan kita akan menyediakan ruang-ruang dan pentas-pentas seperti KLCCIM atau membawa delegasi2 penerbit seperti MidCom mid TV atau Hongkong film mart untuk menyenangkan mereka lebih berunding.

Dan kita bukan sahaja membawa delegasi itu kita cuba membuka ruang dan meyakinkan pihak antarabangsa yang Malaysia ni dah boleh nampak sesuai jadi partner untuk mereka.

#### **8) Siapa yang bertanggungjawab?**

Kita membantu dan kita melihat sebenarnya kita tak boleh biarkan pihak penerbit bersendirian sebab sebenarnya kadangkala untuk negara yang baru menyerlah di peringkat antarabangsa perlu pihak kerajaan perlu ada mengiringi mereka untuk meyakinkan. Kadangkala mereka kata, eh, penerbit ni nampak boleh tahan tapi saya tak biasa kenal dengan dorang ni. Jadi kalau pihak kerajaan terlibat dalam merangkakkan kerjasama itu, itu sedikit sebanyak meyakinkan mereka yalah kadang-kadang tak kenal orang kan penerbit cakap waa ni boleh.

Kemudian menghilangkan diri ke apa. Tapi kalau finas membawa mereka ni kita menjamin mereka ini adalah memang pekerja industri yang boleh dipercayai. Bila kita bawa industri pun kita pastikan yang kita bawa ada track record kita boleh yang kita boleh recommend kita boleh syor pada pihak2 yang ingin kerjasama dengan penerbit kita.

Jadi dengan ada program-program ini di samping itu ada juga kerajaan perkenalkan CCIG, di mana kita akan menyusun semula proses pemantauan atau akreditasi setiap pekerja filem dan Creative Content Associoc Msia juga di beri peranan untuk memasarkan content2 hasil buah tangan Malaysia, penerbit-penerbit Malaysia dan banyak lagi program-program yang kita perkenalkan di bawah program di bawah peneraju menteri kita dan dengan itu rasanya masa telah tiba untuk kita adakan sidang dialog di kalangan peneraju industri.

Dan dengan itu kita telah usahakan untuk mengadakan round table discussion dengan majalah international dan international investor yang mana merupakan satu penerbitan antarabangsa yang memberi menghasilkan laporan untuk tiap2 negara di peringkat

pelaburan dan ekonomi mereka.

Dan mereka sedang mengusahakan laporan untuk negara Malaysia kita ingin menyediakan bahan untuk laporan tahunan yang depan ni dengan memberi tumpuan kepada proses mengantarabangsakan kreatif , industri kreatif Malaysia. Dan sesi round table ini akan diadakan pada 20 September di mana kita menjemput pelbagai ramai teraju utama industri seperti datuk shahril tarmizi daripada skmm, daripada wakil2 daripada pemandu, khazanah nasional juga akan di jemput kita harap kita juga akan melibatkan juga penyiar tempatan peneraju utama daripada astro dan media prima juga kita juga turut menjemput tokoh-tokoh ulung di dalam di sektor swasta seperti norman halim daripada KRU studios yang sungguh menyerlah dalam kebelakangan ini dalam kerjanya di peringkat antarabangsa dan beberapa lagi tokoh-tokoh penerbit yang telah membuktikan prestasi mereka di peringkat antarabangsa.

Juga kita juga ada menjemput dua tiga ahli antarabangsa yang boleh memberikan pandangan perspektif yang relevan tentang program-program yang sedang dihasilkan di usahakan dinegara2 lain di rantau Asia juga.

Untuk kita ada perspektif dan perbandingan. Peserta dialog kita akan libatkan dalam 14 peserta. Teraju utama dalam badan2 terlibat.

#### **9) Bagaimana dengan wakil asing?**

Kecko bank daripada bank production merupakan seorang Japanese American producers, yang bekerjasama dengan Korea jepun juga. Pada tahun lepas ini untuk meningkatkan lagi kerjasama antarabangsa bagi pihak negara ini.

Pengalaman beliau boleh membantu kita memahami apakah strategi yang Malaysia boleh menyusuli usaha2 yang diusulkan oleh negara-negara yang lebih matang seperti Cina Korea dan Jepun.

Di waktu sama jemput juga tokoh daripada South East Asia yang berpengalaman dalam pembelajaran atau pembinaan, modal insan di dalam industri kreatif.

**END**

## LAMPIRAN J

### 1) Apakah pandangan industri status industri filem Malaysia sekarang?

**Shahriza Mahmud (SM):**Kalau satu ketika dulu orang selalu bercakap kita jauh ketinggalan, tetapi kalau hendak bandingkan dengan Hollywood memang payahlah sebab kita pun bermula jauh daripada Hollywood. Dorang ke hadapan daripada kita lebih ada dalam 100 tahun. Jadi kalau kata kita berdiri di atas kita punya landasan sendiri kita dah banyak kemajuan. Banyak yang kita capai terutamanya bila ada kumpulan-kumpulan filem maker yang independent yang bukan dalam main stream ini dorang lebih merencanakan lagi. Sebab apa masing-masing sudah pandai cari jalan untuk pergi ke luar negara bawa filem sendiri pergi bertanding di luar negara. Jadi bila ada begitu jadi golongan yang Cuma di dalam Malaysia sahaja yang sudah lama yang boleh kita katakan veteran ini yang tak pernah cuba untuk keluar daripada negara sendiri akan rasa tercabar.

Yang kedua, bila ada persaingan yang begini masing-masing cuba nak buat yang terbaik dan bila kita ada macam sekarang ini fakulti dalam perfileman, ASWARA, UM dan bila banyak generasi baru sudah mula keluar contohnya macam anak Datuk Yusof Haslam, Syamsul, jadi dia daripada akademi Perfileman dan dia generasi baru nampak apa yang filem-filem terbaru yang dia rasa kita bukan tidak pernah buat, kita pernah buat tapi tidak sampai. Oleh itu, akan ada generasi baru, contohnya macam KRU cuba buat cicakman, animation dalam filem tersebut, jadi benda-benda tu yang satu ketika dulu tidak pernah kita terfikir kan yang Malaysia boleh buat, dan satu persatu benda itu kita sudah nampak dan memang kita sedia maklum. Untuk dapatkan satu produksi yang begitu, kita memerlukan modal yang dua tiga kali ganda lebih besar daripada modal yang kita orang kata berada dalam zon kita selama ini katakan ingin menghasilkan filem

berada dalam 1.3 million, justeru itu, sekarang ini produksi sudah berani melabur lebih daripada itu, bahkan Datuk Yusof pun sebelum ini tidak pernah pergi lebih dari itu, dah boleh keluarkan sehingga 2 million dan dengan tajaan semua modal 2 million. Jadi, ini sudah menunjuk bahawa produksi kita sendiri berani meletakkan harga yang tinggi kerana yakin akan mendapat sambutan. Hal ini bukanlah secara keseluruhannya, tetapi filem kita semakin bagus, dan ingat menampakkan peningkatan.

## **2) Sejauh manakah perkembangan industri perfileman di Malaysia?**

**SM:** Sejauh mana kita boleh katakan kita bergerak ke hadapan dan tidak ada ke belakang kita dan mungkin kalau dulu kita merangkak sekarang kita sudah mula berjalan.

## **3) Adakah industri perfileman di Malaysia setaraf dengan perfileman di luar negara?**

**SM:** Kalau kita hendak bandingkan dengan negara yang macam kita cakap tadi yang memang dah asal usul daripada sana dorang pun dah ke hadapan memang susah, kita tidak boleh, maknanya kalau macam kita hendak buat, katalah kita bertanding dalam watak dalam satu filem itu antara hero filem satu dengan hero filem dua, kita kena ambil hero dengan hero untuk dapat best actor kita tidak boleh ambil hero filem ini dengan pelakon tambahan filem satu lagi untuk bertanding. Jadi kita kena tengok kita dari segi kemampuan dan kita punya kemampuan itu macam mana, sebagai contoh macam kita buat kiraan dalam matematik, kita kena campur tolak untuk dapat kita kedudukan bagi per 100. Kita tidak bolehlah bandingkan dengan orang yang level 3 kita level 1, jika kita hendak bandingkan dengan orang lain. Kita boleh tapi belum masanya lagi, kerana kita jauh ketinggalan dari segi modal. Hal ini modal yang memainkan peranan, kalau modal kita macam Hollywood satu filem boleh buat 20 atau 30 juta boleh tetapi kita jauh 20

atau 30 kali ganda ke belakang dari segi hendak dikeluarkan modal dan lagi kita perlu tengok juga kepadatan penduduk Malaysia ini tidak boleh bandingkan dengan Negara luar. Panggung di luar negara lebih banyak jika hendak di bandingkan panggung kita tidak banyak, kemudian, kita tertakluk wajib tayang, jadi filem kita dalam bahasa Melayu oleh itu, bukan tidak boleh filem kita pergi sampai ke Hollywood semua tetapi kita kena fikirkan mekanisma yang lain, kita kena buat dua, satu untuk tayangan di Malaysia mungkin bahasa Malaysia tayangan sana sama ada kita kena subtitle kan atau kita kena buat satu lagi dubbing atau pun buat satu lagi shoot dua kali dalam bahasa Inggeris jadi bajet akan meningkat. Kecuali kalau kita bekerjasama dengan Hollywood mungkin kita boleh pergi ke hadapan. Kesannya sekarang ini ada orang cuba buat yang kerjasama dengan Hollywood, Bollywood tapi filem tersebut itu mungkin tidak nampak lagi.

#### **4) Apakah masalah-masalah yang dihadapi oleh Industri perfileman di Malaysia sekarang dan jalan penyelesaiannya?**

SM: Masalah yang kita nampak sekarang ini kita masih lagi tidak kuat untuk mendapatkan audiens, jadi **audiens** kita bijak tetapi sebabkan mereka bijak dan akan pilih mana yang sudah mereka dapat tahu. Sebagai contohnya macam KL Drift masa peringkat awal dia box office tapi mungkin kutipan 2.5 million kemudian, yang kedua meningkat lagi, kenapa meningkat? Sebab mereka sudah ada track rekod untuk orang melihat pengarah ini bagus baru yang lain 2.5 million penonton datang tengok. Masa pertama kali keluar yang 2.5 million ini jenis yang tunggu dan lihat, mereka yang tidak berani hendak pertikaian kalau filem itu yang macam filem orang kata hanya sekadar biasa. Dan tidak ada terlampau bagus tetapi boleh ditengok bila dia dapat maklum balas daripada produksi itu, kurang audiens, oleh itu audiens takkan pergi tengok kali kedua. Jadi audiens kita ini belum lagi sampai tahap yang sanggup mengeluarkan duit untuk

semata-mata. Rakyat Malaysia hendak tengok filem Malaysia, saya sendiri hendak tengok bagus. Filem Malaysia yang tidak bagus boleh kritik, apa sahaja tapi kita tidaklah macam tu Tapi kalau macam filem Hollywood atau Bollywood, mereka sanggup pergi tengok mungkin sebabkan promosinya satu track rekodnya satu dorang tahu filem daripada luar negara juga mesti best tetapi sebenarnya ada juga yang kecewa bila balik mungkin KL Drift tu boleh dapat top 10 lagi no 1 box office genre kat Malaysia jadi itu menunjukkan audiens dia ada pengikut dari segi audiens.

Kedua daripada **modal**. Modal yang kita punya syarikat penerbitan di Malaysia ini orang-orang kaya kat Malaysia ini tidak nampak. Keuntungan daripada buat filem ni jadi tak nampak prospect itu satu dorang takut hendak laburkan duit pada orang-orang yang sebenarnya ramai yang berkemampuan untuk buat filem yang baik, jadi bila tak ramai yang berani nak labor aa student kita ataupun pengarah kita yang dah sebenarnya terbukti bagus dia akan, bakat dia akan tenggelamlah, dia akan tak buat filem, sebab filem bajet mahal dia pulak tak berani nak pergi approve cakap ambil la aku, aku yang terbaik di Malaysia, aku boleh buat yang terbaik, tapi bila tak de aa.. apa kepercayaan daripada syarikat penerbitan tu, tu membuatkan bakatnya ketinggalan kebelakangan tetapi ada juga orang-orang yang pandai bercakap, dorang pergi pada funder cakap gini cakap gini akan buat cerita gini animation, kita akan buat action apa masuk dalam bukit pastu pecahkan letupkan apa semua, jadi syarikat penerbitan termakan dan bila dia laburkan sekali keluar cerita tidak boleh dijual, ada yang sampai sekarang masih lagi tergantung dah dua tiga tahun masih tak tayang-tayang, maka syarikat penerbitan rugi macam tu sahaja. Bila cerita macam ni keluar ke mulut orang lain yang mana nak melabur mereka tak jadi. Sebenarnya susah kita nak katakan nak bagi satu guideline untuk tulis kepada pengarah, kalau syarikat penerbitan hendak percaya dan pilih satu pengarah yang baik kena pilih daripada persatuan tetapi belum tentu dia pilih dari



persatuan walaupun ada sijil walaupun ada ijazah katakan belum tentu orang tu boleh deliver dengan baik sebab benda ini melibatkan kreativiti satu. Bila melibatkan kreativiti dia akan sentiasa macam pasaran saham kadang-kadang kreativiti pengarah tu boleh pergi yang terbaik, kadang-kadang dia tersangkut juga dengan team tak bagus dia akan mempengaruhi filem tersebut. Pengarah tidak boleh bermain seorang. Jadi bila kata pengarah bagus, team bagus pelakon pula tidak bagus. Ini adalah teamwork, kadang-kadang bila dapat team yang tidak cakap nak minta yang perfect tetapi 80% ke atas bagusnya susah nak dicapai.

Satu lagi sebab **promosi**, jumlahnya sentiasa meningkat dan tidak sabar nak tunggu keluar cerita ini. Jadi tu strategi promosi. il diorang ke panggung.

**Shahriza:** Kadang-kadang kita ghairah nak menghasilkan filem, bila buat filem dia lupa tentang promosi. Bila filem dah siap nak tayang di panggung, tau-tau keluar orang tanye eh bila masa dorang ni shooting jadi dia punya time frame untuk promosi tu dah rugikan, tengok Datuk Yusof masa dia start shooting dia tengah planning dia sudah promosikan kepada semua orang dah KL Drift part 2 akan keluar dan orang tunggu dan orang akan tertanya-tanya pastu bila masa dia nak mula lancarkan dia dah cakap, artis apa kat mana gosip ke betul ke tak betul ke cerita orang dah mula bercakap sampai mulut ke mulut, orang akan menanti jadi secara automatik audiens yang akan datang, orang kata jumlahnya sentiasa meningkat dan tidak sabar nak tunggu keluar cerita ini. Jadi tu strategi promosi.

Dating keluar ke panggung dengan gosip dengan gimik dengan apa yang sebelum ni, orang akan pergi tengok juga. Kadang-kadang macam ada setengah orang dia tak tahu langsung cerita tentang apa, pasal apa dia minat ke tidak pasal drift mungkin tak tapi

bila dia tahu pasal gossip, katalah sebagai contoh, Syamsul ini ada hubungan dengan Fasha Sandha katakan kemudian tetiba keluar macam-macam gossip, orang nak pergi tengok macam mana dia berlakon dengan Fasha.

Yang lain teknikal side, sama ada dari segi skrip sama ada dari matching dia itu ada jugak yang merosakkan filem ada yang macam saya cakap tadilah ada yang tak keluar langsung ada yang di reject oleh lembaga penapis-penapis filem, itu satu kerugian lah. Dah melabur duit beratus juta filem terbengkalai habis begitu saja salah satu problem sebab satu kerugian, makna satu filem tak dapat masuk panggung. Itu salah satu yang boleh nampak besarnya.

Yang lain-lain dari segi **sedikit sebanyak dari segi kepakaran**, kadang-kadang student kita memanglah keluar universiti ada ijazah dalam filem tapi dia tak di applykan, tak di praktik kan tapi mungkin pensyarah dia tak tekankan kepada praktikal dia lebih kepada teori bila teori belajar tentang sejarah filem belajar tentang semua teori about filem A, tapi bila pergi di set bila suruh lakukan tetapi dia tidak tahu. Jadi kita punya student kena dilebihkan kepada praktikal on set. Bila shooting itu dia kene lebih keluar pergi bekerja dengan production-production luar, dia kena sentiasa ikut filem-filem, di mana dorang sentiasa hantar tak semestinya final year je. Bila kita tengok sekarang ni kata tiga tahun, final year baru hantar student pergi dekat lokasi-lokasi penggambaran untuk ikut sama. Dan bila final year yang pergi kebanyakan yang pergi duduk tengok tak tau apa nak buat, macam blur kalau kata production tak bagi dorang tugas apa pun makna dia kena ada satu orang kata apa semangat, untuk pergi Tanya “bagilah I buat assistant ke apa ke an” tapi kebanyakan just pergi dapat balik dapat sijil dapat degree, keluar. Jadi, seeloknya kalau boleh daripada 1<sup>st</sup> year apa salahnya bawa pergi ke set, tengok. Tiap kali ada filem yang sedang shooting bawa pergi tengok. Jadi dorang

macam budak kecil la kan kalau kita mulakan dengan tadika, kita biasakan dia. Lepas tadika masuk pra sekolah, lepas tu baru masuk sekolah. Jadi benda ini kene apply juga pada student-student yang universiti ini. Pada pandangan kita lah. Kalau nak dapatkan betul-betul bagus bila keluar nanti. Jadi itulah.

**5) Apakah usaha atau perancangan masa hadapan yang akan dilakukan bagi memartabatkan Industri Perfileman Di Malaysia terutama sumber manusia?**

**SM:** Kita nampak sekarang usahanya satu menubuhkan institusi tinggi yang mana ada silibus filem di dalamnya. Ok macam kita nampak ada akademi filem ada ASWARA macam UITM pun dah jadikan filem making sebagai major lepas tu ada satu lagi institut yang baru buka, base dekat Melaka dan Sabah ke Sarawak macam tu, kita dah nampak orang kita dah mula faham akan kesenian dan filem ini penting untuk apa orang kata nak bawa kita punya negara sebenarnya ke depan, banyak lagi faedah yang kita dapat daripada filem ni.

Kedua, kerajaan ada bagi peruntukkan bajet untuk orang filem untuk buat filem tapi tu memang lah nampak macam cantik dan besar bajetnya dari luarannya tetapi untuk dapatkan bajet tu pun bukanlah senang walaupun benda tu nampak satu kebaikan tapi kadang-kadang jadi macam satu boleh membunuh orang-orang yang ada bakat besar ini sebab birokrasi, walaupun bajet itu ada tapi bukan senang nak dapat, payah nak dapat, yang lain apa lagi.

Mungkin FINAS pergi ke luar negara setiap kali ada festival ataupun apa-apa pameran tentang filem di luar negara, FINAS akan bawa orang-orang filem, dia akan pilih 100 orang pastu dia akan bagi tau produser-produser yang mana akan ikut sama, jadi benda

ini, kira teroka pasaran luar satu, dan nak tengok teknologi luar macam mana cara, dorang pergi lebih daripada kita atau, negara kita lebih bagus.

Kemudian, mungkin pertandingan short filem sekarang banyak pihak membuat pertandingan short filem, nak mencungkil bakat-bakat baru, walaupun tak semestinya dia dari pelajar universiti.

Kelas-kelas workshop ini cuba di buatlah tapi tidak mendapat sambutan sangat, FINAS pun ada buat workshop and then bila keluar satu masalah bila dia tak tahu mana dia hendak bawa dan tidak tahu macam mana nak usaha sendiri nak dapatkan kerja, jadi terbantut di situlah. Kebanyakan lah yang kita tengok. Usaha tu sudah ada, dorang dah pergi ikuti kelas semua, bila dah abis kelas dorang mungkin disebabkan production kita banyak tapi job tu limited, kita shooting ni bukannya sekali serentak, ada banyak produksi shooting kan, kadang-kadang ini satu dua production, jadi yang nak merebut peluang tu terlalu ramai jadi usaha yang kita nampak yang jelasnya itu.

#### **6) Apakah sumbangan Persatuan Seniman Malaysia terhadap industry perfileman di Malaysia?**

SM: Kalau di ikutkan perlembagaan asalnya persatuan seniman ini tergolong daripada dua orang seni daripada penulis skrip, pelukis, pelakon, penyanyi semua sekali. Tapi asal sebenarnya seniman ditubuhkan untuk bagi perhatian kepada pelakon-pelakon dan orang filem macam pengarah filem dan semuanya, tapi sekarang ini disebabkan persatuan dah mula berkembang macam pengarah filem dah ada persatuan dia, pengarah sudah ada persatuan dia, sedikit demi sedikit dorang pergi kepada persatuan masing-masing dan seniman akan tumpukan untuk kita nak katakan meningkatkan kualiti pelakon-pelakon kita secara langsung pun tak boleh juga sebab kalau ahli-ahli kita tak

nak berusaha sendiri untuk cari macam workshop atau pun kelas untuk nak meningkatkan lagi dia punya mutu lakonan pun tak boleh juga. Tetapi seniman ada adakan bengkel penulisan skrip, muzik, jadi kita harap benda-benda ini kita dapat bantu pelakon2 kita ni supaya bersedialah sebelum pergi ke set. Jadi itu salah satunya.

Kemudian, mungkin seniman sendiri kalau ada program-program yang bersangkutan dengan filem kita kan turun padang bersama untuk membantu terutama bersama dengan FINAS. Jadi bila FINAS buat festival filem, kita memang terlibat sama dalam prasetia dan kalau macam ada penggambaran filem sebab filem ini bermula dari penerbit dan pengurus produksi. Jadi pengurus produksi dia yang akan mencari pelakon-pelakon dia akan merujuk kepada seniman jadi seniman akan bagi lah siapa dan sesiapa yang kita fikirkan yang terbaik untuk filem tersebut. Jadi kita masing-masing ada tugas untuk memastikan kami dapat pelakon terbaik. Hal ini filem akan dapat pengarah terbaik daripada sini sana sini lah. Jadi itu kita punya perkhidmatan yang kita bagi secara sukarela. Tetapi kalau produser itu dia nak amik orang baru nak pilih dia punya suku sakat dia, keluarga dia, anak dia, kita tak boleh nak kawal yang itu. Apa yang kita boleh kawal cuma setiap pelakon mesti wajib berdaftar dengan seniman kalau tidak nanti kita boleh stop penggambaran atau hold penggambaran. Jadi bila buat macam itu mungkin dia akan datang ke seniman dan daftar sahaja sebagai pelakon tapi kualiti tidak jamin. Oleh itu setakat yang lain-lain.

Sumbangan kita banyak kepada kebajikan artis, seperti artis-artis veteran artis filem kita yang dah lama-lama walaupun dorang dah tak aktif lagi dorang pun pernah menyemarakkan industri filem negara kita. Jadi dorang adalah orang-orang yang kita kena kenang dan juga. Seniman memainkan peranan yang besar di situlah sebab apa seniman sendiri artis takde pencen, artis takde income yang tetap. Jadi kita cuba nak

bagikan dorang supaya dapat sesuatu tidak lah sampai merempatlah kata orang. Jadi bila kita tak nak benda tu berlaku, kita kena buat sesuatu supaya dorang dapat job selain daripada buat filem mungkin ada persembahan pentas, show, seniman takde orang kata nak sesuaikan tak hanya tertakluk kepada filem semata-mata. Jadi kalau macam artis kita tidak ada kerja filem kita akan tarik dorang supaya buat kerja-kerja lain kita akan bagi motivasi bahawa kita tahu yang line ni bukannya ada gaji bulanan yang tetap jadi kita kena bersedia untuk buat kerja yang lain. Jadi dari segi moralnya seniman banyak membantu. Yang lain-lain itu macam saya cakap tadi kalau ada sesuatu festival ke yang berkaitan dengan filem yang hendak dibuat dari FINAS atau kementerian sendiri seniman akan bersama-sama untuk menyumbang idea.

## **LAMPIRAN K**

**Transkrip pensyarah Fakulti Teknologi Kreatif dan Artistik, UITM, Prof Madya A Razak Mohaideen di UiTM pada 11 Mei, 2012.**

### **1) Status filem tempatan?**

**RM:** overall saya melihat industri filem tempatan telah menampakkan perkembangannya. Jika 10 tahun yang lepas, tidak banyak filem yang di ANC keluarkan. Sekarang ini, sudah ada lebih kurang 20-30 filem yang dikeluarkan setiap tahun, berbanding 10 tahun yang lepas hanya lebih kurang 4 atau 5 sahaja yang dikeluarkan. Itu dari sudut kuantitinya, dah mula menampakkan perkembangan. Dan saya percaya, itu adalah tanda awal bahawa ramai usahawan yang berminat untuk menceburi bidang pembikinan filem. Kalau dulu kita lihat, produser hanya ada beberapa orang sahaja, sekarang ini sudah ramai.

### **2) Sekarang ni kita tengok ada persaingan di antara filem luar dan tempatan, jadi pada pandangan Prof, filem-filem luar ini menggugat atau tidak filem-filem tempatan?**

**RM:** secara keseluruhan, kalau kita tengok dalam mana-mana negara yang membenarkan filem-filem luar di bawa masuk, memang akan berlaku masalah dari segi menganak tiri kan, persaingan dan juga filem-filem yang dihasilkan dari luar negara ini memang menggunakan bajet yang besar. Maknanya jika bajetnya besar, kualiti pembikinan pun bertambah baik. Jadi tentunya ada kesannya lah. Tambah-tambah di Malaysia ini kita ada tiga bangsa yang besar, tiga bahasa yang berlainan, jadi filem-filem yang dihasilkan daripada Hollywood adalah satu-satunya filem yang ditonton oleh tiga bangsa ini.

Kalau filem-filem Melayu, hanya ditonton hampir oleh 97% golongan Melayu sahaja. Manakala filem cina yang datangnye dari Hong Kong akan ditonton masyarakat cina, manakala Bollywood pula ditonton oleh India. Itu adalah antara perkara yang menjadi masalah bila filem-filem Melayu masuk panggung,

RM:...apabila filem Hollywood memasuki pawagam maka secara sedar, secara langsung atau tidak langsung ia menggugat kutipan pawagam kerana pemilik pawagam bukan sahaja memberi keutamaan kepada filem-filem Barat tetapi juga, mereka juga inginkan keuntungan yang lebih. Akibat daripada itu, mereka menayangkan filem Melayu di pawagam yang kecil. Kadang-kadang dikurangkan tayangan filem-filem Melayu dan memberi keutamaan kepada filem-filem Barat.

### **3) Setakat ini tidak ada lagi pawagam yang dimiliki oleh kerajaan sendiri?**

RM: Tidak ada satu pun pawagam milik kerajaan. Kesemua milik individu atau syarikat Berhad. Maknanya syarikat Berhad itu pun mencari keuntungan. Jadi tentunya orang-orang yang mengendalikan pawagam di Malaysia yang kira-kira mempunyai sebanyak 105 skrin. Lebih kurang 80 lebih pawagam di serata Malaysia. Jadi tentunya mereka inginkan keuntungan, jadi mereka akan mengutamakan filem-filem yang mereka rasa menguntungkan dan boleh menarik lebih ramai penonton. Jadi secara sedar tak sedar filem Hollywood tentu mempunyai jumlah penonton yang ramai, sebab 3 bangsa di Malaysia menonton filem tersebut.



**4) Tidak ada lagi cadangan untuk membuka pawagam bawah kerajaan dan FINAS sendiri yang mewujudkan kemudahan pawagam kepada filem tempatan?**

RM: Sepatutnya lah, tapi saya sebagai pengarah bebas, saya hanya boleh mencadangkan supaya memperbanyakkan pawagam. Kalau ada dana yang di berikan kepada pembikin filem, sepatutnya kena ada juga dana untuk pembikinan pawagam. Maknanya pawagam perlu banyak diwujudkan di negeri-negeri yang tak ada pawagam seperti Kelantan, Terengganu hanya ada satu itu pun sudah tidak ada, di Shah Alam tak ada pawagam, jadi banyak negeri-negeri dan juga tempat yang ramai penonton tidak memiliki pawagam.

RM: Contohnya kalau kita tengok Kedah, pawagam hanya ada di Alor Setar dan Sungai Petani, macam mana dengan Jitra dan tempat-tempat lain. Di Johor hanya ada di Johor Bahru dengan kalau tak silap saya dekat Muar. Tempat lain tidak ada. Jadi apabila tempat-tempat lain tidak ada pawagam, ramai orang tidak mahu pergi ke pawagam sebab terlalu jauh. Jadi itu pun memberi kesan kepada kutipan dan juga penonton.

**5) Macam tadi prof ada sentuh tentang kita ada tiga bangsa dekat dalam Malaysia, jadi macam hari ini, majoriti orang Melayu sahaja yang menonton filem Melayu. Jadi macam mana cara kita nak menarik bangsa-bangsa lain?**

RM: Mungkin konsep satu Malaysia ini adalah satu penyelesaiannya. Apabila ada konsep satu Malaysia ini, kita haraplah konsep ini akan berjaya di mana masyarakat Malaysia tidak lagi menjadikan filem-filem yang menggunakan bahasa dari Hong Kong atau Bollywood untuk menonton. Melalui konsep ini mereka akan mula menunjukkan minat. Dan pembikin filem pun perlulah lebih berupaya untuk menghasilkan filem-filem yang menggunakan tiga bahasa ini.

**6) Setakat ini ada atau tidak filem yang menggunakan konsep tersebut?**

**RM:** Setakat ini ada percubaan tetapi kalau penonton masih tak nak tengok, kalau nak tengok kan filem-filem yang dihasilkan oleh Yasmin Ahmad, walaupun menggunakan bahasa cina dan bahasa Melayu masih tak laku juga. Kebanyakan filem beliau tidak pernah kutip lebih 1 juta. Itu menunjukkan bahawa, walaupun ada percubaan tetapi apabila tiada sambutan, produser dan pengarah tidak mahu mengambil risiko, kerana duit yang dibelanjakan untuk pembikinan filem ni adalah antara RM1-2 juta secara purata filem-filem Malaysia. Jadi apabila tidak laku, ia akan menyebabkan produser tutup kedai.

**7) Jadinya disebabkan penonton, macam prof sebutkan tadi, terdapat lagi filem-filem yang masih tidak mendapat 1 juta penonton, rasanya masalah penonton mungkin menjadi salah satu faktor?**

**RM:** Memang tidak pernah ada. Penonton filem satu Malaysia, penonton filem Melayu tak pernah mencapai angka 1 juta. Kutipan banyak la yang dicatat. Penonton 1 juta memang tak pernah capai lagi. Setakat ini paling tinggi pun lebih kurang setengah juta. 500-600 ribu sahaja daripada 28 juta penonton yang menonton.

**8) Jadi itu kah sebab mengapa kita tidak dapat kutipan besar daripada penonton?**

**RM:** Right. Bila penonton tak cukup, produser tak dapat keuntungan yang besar, maka modal yang nak dilaburkan pun akan jadi kecil. Jadi ramai yang tak tahu. Mereka beranggapan karyawan Melayu, karyawan Malaysia tidak mampu membuat filem – filem yang baik.

**RM:** Sebenarnya filem yang baik memerlukan belanja yang besar. Contohnya kalau kita tengok filem Avatar. Mungkin ramai yang bersetuju filem tu filem yang terbaik. Tapi

Avatar punya kos pembikinan dia, kalau kita campur filem Melayu yang dihasilkan daripada zaman sebelum P.Ramlee sehingga hari ini pun tidak mampu nak membuat filem Avatar.

**RM:** You can see the cost is the important factor. Bayangkan satu hari shooting hingga sebulan, so nilai perbelanjaan dia akan bertambah la. Produser tak mampu nak keluar duit lebih dari RM1.5 juta. Kalau pun dia mampu, dia tak mahu la ambil risiko. Siapa yang nak bawak keluar duit banyak tu kalau dah tahu kutipan tak pernah tinggi lebih daripada RM1 juta? Betul tak?

#### **9) Bagaimana pula filem tempatan yang dieksport ke luar negara?**

RM: Eksport ni juga salah satu daripada benda yang perlu difahami tentang marketing distribution dan beberapa perkara lain juga salah satu perkara yang mengambil paling banyak duit. Tidak ada orang yang boleh menyatakan filem kita ini tidak ada penonton di luar. Memang ada. Saya bawa filem Duyung di tayang di England, Filipina, saya buat filem Cinta Kolesterol versi Thailand, tayang di Thailand, memang boleh.

**RM:** Tetapi masalahnya kos. Kalau kita belanja 1 juta buat filem tempatan, kalau filem itu nak dibawa ke Singapura pun kita dah kena belanja setengah juta ringgit untuk promosikan.

Setengah juta untuk Singapura, kalau kita langkah jauh sikit mungkin kita kena belanja RM1-3 juta. Kalau nak pergi di tayang di Amerika, kita kena belanja katakanlah 1 atau 2 juta US dolar bersamaan dengan RM8 juta. Filem yang kita buat 2 juta, nak pergi belanja RM8 juta untuk promosi. Siapa yang nak tanggung? Tapi ramai yang beranggapan bahawa filem kita ini tidak layak ditayangkan di luar Malaysia sebab kualiti tak ada. Sebenarnya bukan masalah kualiti. Sebab so far yang saya hantar filem

ke luar negara sambutan memang ok. Cuma perlu berbelanja besar untuk ditayangkan di luar negara.

RM: Macam filem saya ni hanya boleh ditayangkan di 2,3 pawagam sahaja yang boleh tayang. Kalau sekadar nak tayang untuk promosi filem, maka tayang kat promosi filem sajalah. Lepas itu kalau kita nak tengok di pawagam macam di pawagam-pawagam di Malaysia, susah nak berlaku di luar sebab kita kena belanja duit. Kalau kita tak belanja duit, tak kan kita mencapai eksport luar negara.

RM: Kita boleh bawa apa saja pun filem untuk tayang ke luar negara. Kita belanja duit, setiap pawagam kita kena belanja lebih kurang RM3 ribu. Itu tidak termasuk promosi lagi, nak masuk panggung kena buat promosi di televisyen, akhbar semua itu duit. Jadi saya rasa dari sudut bisnes ia tidak berbaloi. Jadi itu sebenarnya, kenapa filem kita susah nak melangkau jauh.

**10) Kalau macam tu kerajaan tak ada bagi subsidi untuk menanggung kos eksport filem ke luar negara?**

RM: Kerajaan nak bagi macam mana? Dana yang kerajaan bagi hanya untuk buat filem, filem dah siap.. dia samalah macam bagi resipi, bagi bahan mentah, suruh masak, dah masak tak ada orang yang nak jual. Ha, itu masalah kita sebenarnya. Dasar filem negara hanya bercakap mengenai filem, kualiti, kandungan, dan sebagainya. Dia tidak menyentuh mengenai pengedaran, pemasaran filem. Sebabnya orang-orang yang buat dasar ini bukan orang yang berniaga. Jika nak di bandingkan filem barat dan tempatan, dari setiap sudut kita kalah. Bukan sebab kita tak mampu nak buat filem yang baik. Kalau kita tanya nak buat filem Titanic, karyawan tempatan pun boleh buat, bukan nak berlagak lah tapi pembikin filem tempatan mampu buat. Tapi siapa yang mampu nak

keluarkan 300 juta us dolar, bersamaan 1 billion ringgit Malaysia? Jadi masalah sekarang ialah kewangan.

**11) Bagaimana pula perbandingan filem tempatan dengan filem dari negara jiran kita? tidakkah mereka juga seperti kita?**

**RM:** Jika nak dibandingkan dengan contohnya Thailand, Thailand memiliki hampir 65 juta penonton, dan dia menggunakan 1 bahasa sahaja, jadi bila dia buat filem, mereka punya kutipan RM40 juta pun boleh sampai kerana masyarakat mereka ramai menonton dan Thailand ada pawagam di merata pelosok. Di Bangkok sahaja sudah ada 300 pawagam. Jadi bila penggiat filem menayangkan tayangan, boleh dapat la kutip sampai 40 juta. Antara filem yang membuka jalan Thailand ini ialah filem Ong Bak.

Lepas dari filem itu berjaya dapat sambutan, ada orang bawa filem tersebut pergi ke pasaran luar negara dan ada syarikat luar negara yang sanggup tanggung promosi dan marketing filem tersebut. Produser filem tersebut tidak belanjakan duit. Macam Malaysia sendiri belum ada lagi syarikat negara berbuat demikian. Tapi itulah yang sedang di cuba.

Antara benda yang sedang dicuba sekarang ini, saya telah membawa filem tempatan ke Amerika Kita tayangkan filem ke negara luar, dengan harapan, ada la pihak yang akan tertarik untuk mengedarkan filem tempatan dan membelanjakan duit tanpa produser mengeluarkan duit. Tapi benda tu take time la.

**12) Kita ada dengar yang sekarang ni ramai orang berkata yang filem-filem tempatan ni skripnya stereotaip, jadi apa pandangan Prof?**

**RM:** Oo itu tak betul la, pada I itu tak tepat. Kalau you tengok I punya filem oun, I buat filem seram, fantasi. Kalau Duyung, tengok siapa yang pernah buat Duyung sebelum ini. Stereotaipnya dari mana, Anak Mami, siapa pernah buat sebelum ni? stereotaipnya dari mana. Mistik, Dua Hati Satu Jiwa. Ha Cicak man kalau nak kata. Kalau you nak tengok la my own movie pun di mana? I dah buat cinta, moral, fantasi, muzikal, adventure, berbezaan. Di mana yang dikatakan sama? Macam Anak Mami ni, I buat 2,3 genre yang sama, tetapi cerita yang berlainan.

Tetapi masalahnya pengkritik-pengkritik kita ni kebanyakannya dia tak cukup ilmu dari sudut itu. Ada pengkritik yang serius, he knows about this industri.

**RM:** Apa yang saya cakap pasal marketing, masalah yang kita hadapi kat luar, dorang tak amik tahu. Dia nak kritik apa yang dia nampak, dia tak nampak apa yang di belakang. Kalau seorang pengkritik yang bijak, dia akan cuba mengupas apa problemnya. Macam ni juga wartawan yang datang duduk ramai-ramai berbincang, apa masalah industri kita, kita bercakap panjang lebar, besok keluar, tak sentuh langsung apa yang kita cakap ni. Dia nak cerita pasal gosip, artis tu kahwin, artis ni kahwin, dia tak nak cerita benda yang ilmiah. Kenapa dia tak nak cerita tentang ilmiah? I faham, sebab dia nak jual paper dia. Boleh ke kalau I kata kandungan berita-berita hiburan di Malaysia ni stereotaip? Dorang kata tak! Dia akan kata tak, sebab kita nak jual paper. Penonton nak baca gosip. Sama juga penonton pawagam nak tengok yang ringan hiburan.

13) Karya tempatan yang menunjukkan ideologi ataupun budaya masyarakat tempatan. Jadi, filem skripnya steotai yang diterbitkan ni, banyaknya kita menunjukkan budaya masyarakat dan juga persekitaran Malaysia. Benar atau tidak?

RM: Benar la. Kalau you guna bahasa Melayu, you gunakan lokasi Melayu, you tunjukkan kehidupan seharian, apa itu budaya?

**14) Sekarang kita tengok banyak yang buat more kepada barat, budaya barat, sosial lebih..**

RM: Tapi kalau kita tak hipokrit, be our self, Movie have an own culture. Contoh, I buat Anak Mami, I bagi culture orang utara. Ini adalah culture, so bila I buat Duyung pula, I buat satu culture yang tak pernah wujud, culture yang tidak wujud. Itu fantasi. Kalau kita filem misalnya dua hati satu jiwa. Kalau kita kata ini bukan culture kita, tak betul. Pakai seluar bukan culture kita. Kita patut pakai kain sarung. Betul tak? Takkan la tiap kali you pergi pejabat, you nak tunjuk orang tu pakai baju Melayu pergi pejabat? Adakah itu yang berlaku di Malaysia? Tak...terimalah, kita tak boleh jadi hipokrit.

**15) Maybe itu dari sudut yang positif. Macam yang saya tengok, cerita rempit, dorang banyak tunjuk pergaulan dan sosial yang melampau. So, itu bagus ke tak bagus sebenar nya?**

RM: Memang tak bagus...but this is a culture. Bagus tak bagus itu adalah culture. And when they are showing is not good la. For me, I takkan buat benda tu la. Kalau you bagi I RM10 juta pun. I have my principle. I takkan buat. Kalau you tengok dalam filem I sendiri, walaupun I merokok, tapi you takkan tengok satu pun visual orang merokok. For the example la.. Sebagai pembikin filem ni, kita ada tanggungjawab sosial untuk membentuk.

Orang tanya apa yang you ajar dalam filem ni. I tak nampak pun...semua hiburan je...kalau orang tu orang biasa yang menonton memang la dia nampak hiburan. Tapi kalau dia kaji setiap movie I ada temanya. Kalau you tengok Duyung, pengajarannya jangan mencemarkan alam sekitar. Kalau you tengok Mami Jarum pula misalnya, I nak bagi tau yang fitnah adalah satu daripada dosa besar, Benda-benda ni semua kena kaji la.

**16) Prof pernah tak nak kembalikan budaya Melayu? Kalau kita tengok, realiti masyarakat sekarang, remaja merempit, tetapi kita nak mengembalikan masyarakat tu kepada keadaan sebenar?**

RM: Kalau kita tengok rempit, berapa ramai daripada 28 juta orang yang nak merempit? Kalau sekadar 10-20 ribu orang yang merempit, tak payah highlight isu itu, tak payah highlight budaya. Bila di highlight kan secara tak langsung, orang yang tak suka merempit pun, bila dia tengok filem tu, dia suka pula nak ikut jejak tu. So, benda tu tanggungjawab sosial tak de la. Itu yang dikatakan tanggungjawab sosial.

**17) Berkaitan dengan filem Cicak Man, ketika mula-mula filem tu keluar, ramai yang bercakap bahawa filem tu stereotaip. Seolah kita buat teknologi ni dan nak tiru cerita barat,, sedangkan bila kita lihat dari sudut positif, benda tu baik, sebab kita ada usaha untuk maju, sebab kita usaha untuk gunakan teknologi sekarang ni. Pendapat Prof macam mana?**

RM: Malaysia setakat ni, insya-Allah. Paling tinggi filem Duyung, dapat edar 60 panggung.

Kalau setahun di dunia, berpuluh ribu filem keluar, dan hampir 50% filem tu datang ke Malaysia, semua akan jadi stereotaip. Ok, contoh you tengok cerit pasal cinta, filem itu cinta, filem ini cinta, itu pin stereotaip. Tapi bagi, I sama ada Cicak Man atau tak Cicak



Man pun, ada satu percubaan. Ada cara baru, kalau tak cuba, kita tak tahu. Sama ada stereotaip atau tidak, cerita itu fresh. Mungkin konsep yang stereotaip. Kita dah tengok Superman dan Spiderman tapi siapa superhero kita? Siapa superhero Malaysia? Kita tak de. Kalau kita nak yang tempatan, kita ada Badang. Tapi insya-Allah la, dalam setahun dua lagi kita keluarkan Badang.

**18) Then, bila prof tengok dari sudut pembikinan filem tu, bila dah keluar sekarang ni, prof tengok ada tak hasilnya, ada tak mempengaruhi pengedarannya? Means, hasil yang dia dapat la kalau buat filem macam tu?**

RM: Kalau kita tengok di Malaysia filem ni, 30 filem yang ditayangkan, 5 filem je yang boleh bawa untung, jadi I takut benda ni berterusan akan jadi masalah balik macam 10 tahun lepas. Filem jadi suram, wartawan pun tak cukup bahan nak tulis. Penonton pun tak de bahan nak tonton.

**19) Melihat kepada hasil, berbalik kepada prof, prof menulis skrip sendiri ataupun daripada orang lain?**

RM) Kebanyakan cerita saya sendiri, skrip ada separuh daripada 30 tajuk yang saya dah buat. Setakat ni, separuh yang saya dah tulis sendiri Setakat ni saya dah buat 31 filem. Tertinggi di Malaysia.